

IV 振興指針

◎クリーニング業の振興指針

〔平成 21 年 2 月 23 日〕
厚生労働省告示第39号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、クリーニング業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第61号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

クリーニング業の振興指針

クリーニング業の営業者は、クリーニング業法(昭和25年法律第207号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国クリーニング生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、クリーニング業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、クリーニング業の活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、クリーニング業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 クリーニング業を取り巻く環境

クリーニング業は、国民の衛生的で快適な衣料及び住環境を確保するとともに、家事労働の代替サービスを提供することにより、国民生活の向上に大いに寄与してきたところである。

しかし、近年、経済状況についての先行き不安感、家庭用洗濯機及び洗剤の進歩、コインランドリーの普及、形状安定素材を使用した衣料の普及等による利用者の家計支出に占めるクリーニングに関する支出の減少、大規模企業による取次チェーン店の展開や無店舗型取次サービスといった新しい営業形態を採る企業の参入等による過当競争の激化が見られる中、施設数は平成14年度においては約15万7千カ所であったが平成19年度においては約14万1千カ所に減少しており、このうち平成19年度における一般クリーニング所数は約4万カ所、取次所は約10万1千カ所となっている。従事クリーニング師数は、平成14年度の約6万5千名から平成19年度には約6万名となっている。

一方、新素材の開発、普及等、衣類の多様化に伴うクリーニング事故に対する苦情の増加、ドライクリーニング溶剤等化学物質に対する環境規制の強化、臭気、騒音等クリーニング所の環境面における配慮の必要性の増加、営業者の高齢化と後継者の不足、近年の原材料価格の上昇等もみられ、クリーニング業界をめぐる環境には大変厳しいものとなっている。

このような環境の中で、クリーニング業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の立場に立ったサービスの提供に向けた努力、環境保全対策の推進、共同事業の強化等経営効率化の努力、利用者への説明や苦情処理の適正化等の利用者の信頼を得る営業努力等が重要である。

二 今後5年間(平成25年度末まで)における営業の振興の目標

クリーニング業は、人体の分泌物、ほこり、微生物等により汚染された衣料等を処理する営業であり、病原微生物に汚染されたおそれのある衣料等を洗濯することによる公衆衛生上の危害の発生を防止するため、その取扱い及び処理を衛生的かつ適正に行うことは、営業者の責務である。また、石油系溶剤等の残留による健康被害が生じないように留意することが必要である。

一方、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中で、経営の安定化を

図るために、経営方針を明確化するとともに、利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しや組合等が推進する共同事業の積極的な活用による経営の効率化に努めることが必要である。

また、新たな素材による繊維製品の普及等により、クリーニング事故や苦情が増加している。このような事故等を防ぐために、受付を行う従業者の知識及び説明の水準を上げるとともに、事故が生じた後の苦情処理の適正化に努め、利用者の信頼を得る営業を目指すことが必要である。

さらに、環境保全についての国民の関心は一層高くなっており、ドライクリーニング溶剤等の化学物質を使用する機会が多いクリーニング業にとっては、環境保全対策に積極的に取り組んでいくことが重要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、クリーニング事故の防止及び利用者への情報提供、環境保全の推進等に積極的に取り組むことにより、衣料等の保全に係る総合的なサービス業としての独自性を発揮し、クリーニング業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 クリーニング業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

近年のセレウス菌、ノロウイルス等の感染症の発生状況を踏まえ、クリーニング業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図ることが要請されている。このため、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料の適切な区分け、消毒等の処理、施設及び設備の清潔保持と従業者への衛生教育の徹底や健康管理を行うべきである。また、石油系溶剤の残留による化学やけどの防止のため、ドライチェッカー(石油系溶剤残留測定機)による溶剤の乾燥状態の確認の励行にも取り組むべきである。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、店舗の内外装を美しく、かつ、衛生的にすることが基本であり、取次所や洗濯物の集配車を含めて、洗濯前の衣料と洗濯後の衣料を区分するなど、一定の衛生水準を保つ構造設備にするよう留意するとともに、石油系溶剤の残留による健康被害が生じないような設備の点検及び整備に努めるものとする。

(2) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、利用者に衣料等の保全に係る総合的なサービスを提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、技術力等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するののかという経営方針を明確化することが重要である。

既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自らの店が利用者に提供すべきサービスを見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を改めて検討することが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日、営業時間、季節外衣料の有料保管の実施など、サービスの内容を見直すとともに、店内の雰囲気、接客態度、衣料の特徴に合った洗濯や保管知識の提供、リフォーム、和服の洗濯、しみ抜きや丁寧な仕上げ等の利用者の立場に立った観点からのサービスを見直し、競合店との違いを明確に打ち出す等により、付加価値を高めるように努めるものとする。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内装及び外装の改装、施設及び設備のバリアフリー化、サービスの高付加価値化並びに生産性の向上に努めるものとする。

また、従業者の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点からの施設及び設備の必要な改善に努めるものとする。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に、各種サービスの実施等の催事情報をダイレクトメールで顧客に発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、利用者の利便を考慮して、クリーニングギフト券、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外を始めとして、利用者の見やすい場所にサービスの項目及び料金並びに苦情の申出先を明示するものとする。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするクリーニング業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

クリーニング業は、受託した衣料の破損、仕上がりへの不満等事故や苦情の多い業態である。このため、洗濯物の受取及び引渡しの際には、処理方法等について利用者に対する十分な説明に努めなければならない。そのため、クリーニング事故防止システム等の活用による新たな衣料に関する知識の取得等により、事故の未然防止に努めるとともに、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填

により、利用者との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 従業員の資質の向上に関する事項

クリーニング業の新たな発展を期するためには、技術力、情報収集力、人的能力等の質的な経営資源を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営上の重要な点である。

したがって、営業者は、従業員の資質の向上に関する情報を収集し、繊維製品に関する知識を習得するなど、進んで自己研さんに努め、従業員が衣料の受取時に利用者に対して行う素材、色、デザイン、仕上がりに関する事前説明を徹底するなど、職場内指導を充実するとともに、自治体、都道府県指導センター、組合等の実施するクリーニング師研修会への積極的参加や講習会等あらゆる機会を活用して従業員の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるように努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、営業者及びクリーニング師の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、基礎的技術の改善、感染症、化学やけど等の新たな健康被害に関する研究の推進及び新技術の研究開発並びに衛生管理体制の整備充実等に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成による普及啓発、クリーニング事故防止システムの改善及び普及並びにクリーニング物の誤配防止に係る品物管理システムの普及に努めるものとする。

また、クリーニング製品の安全・安心に係る危

機管理マニュアルの作成、賠償責任保険への加入促進、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供並びに消費者教育支援センター等との連携による利用者のクリーニング業に対する正しい知識の啓発普及に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、立地条件等経営環境に関する情報並びにクリーニング業界の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

クリーニング師等の資質の改善向上を図るための研修会、講習会及び技能コンテストの開催等教育研修制度の充実強化に努めるものとする。また、自治体が主催するクリーニング師研修会の受講の支援に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。特に、経営環境の悪化や住宅密集地域におけるクリーニング所の立地の困難化及び営業者の高齢化が進む中で、組合や経営方針を同じくする営業者間でのクリーニング工場の共同化、自店では特定の分野の商品の処理に特化し、それ以外の商品は各々の分野に特化した他の営業者へ依頼を行う方式(マシン・リング方式)についての指導に努めるものとする。

また、公害防止設備及び付帯設備の導入においても、営業者間での協業化の推進及び指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、クリーニング機械業界、資材業界等の関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実にに関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度

(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、クリーニング業法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、クリーニング師研修及び従事者講習の実施、クリーニング業に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染、悪臭、土壌汚染、騒音等の公害の発生防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善などの必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

しかしながら、これらの問題に対処するためには、新しい設備及び技術の導入等が不可欠であり、相当額の資金の確保とともに、新しい設備及び技術に対応できる人材が必要となるなど、組合及び連合会を含めた組織的な対応が望まれる。

二 省エネルギーの強化及びリサイクル対策の推進

営業者は、店舗の改修、ボイラー等の機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

また、ハンガー、ポリ包装資材等の3R(廃棄物の発生抑制、再使用及び再資源化)の推進のため、リサイクル方法等について組合で統一するなど組織的な対応が望まれる。

三 少子・高齢化社会等への対応

クリーニング店は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、洗濯物の集荷・配達サービスなど、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、クリーニング店が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して優しい環境の実現等について取り組むことが必要である。

四 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してクリーニング店の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色ある取組を支援することが期待される。

◎飲食店営業(すし店)の振興指針

(平成21年2月23日
厚生労働省告示第41号)

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業(すし店)の振興指針(平成16年厚生労働省告示第62号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

飲食店営業(すし店)の振興指針

すし店営業(主としてすしを扱う飲食店営業をいう。以下同じ。)の営業者は、食品衛生法(昭和22年法律第233号)等の衛生規制を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者ニーズへの対応など経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面もある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国すし商生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、すし店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、すし店営業が活力ある発展を遂げるた

めの方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、すし店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 すし店営業を取り巻く環境

すし店営業は、伝統的飲食業種として国民の日常生活に密接に関連し、食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきた。

しかし、近年、経済状況についての先行不安感、法人等の交際費による需要の減少、国際的なすしの人気の高まりによる原材料の価格上昇、消費者の食生活の多様化及び嗜好の変化、「回転すし」に代表されるようなチェーン店を中心とした新規開業の増加、持ち帰り専門店や宅配専門店との競争の激化など、すし店営業を取り巻く経営環境は大きく変化している。こうした中、事業者数は、平成13年度の約4万カ所から平成18年度には3万2千カ所に減少しており、従業者数についても平成13年度の約23万4千名から平成18年度には約21万6千名に減少している。

また、消費者の食生活の多様化や嗜好の変化により、家計に占める外食のすしに対する支出が減少傾向にあることは懸念材料である。

さらに、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全や安心及び原産地等の情報に関して消費者の関心が高まっており、すし店営業においても、食品衛生法等の関係法令による表示義務を遵守し、消費者に対して納得と安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応も求められている。

一方、すしは、ファッションナブルで健康に良い食品として世界各地で関心が高まり、国内でも健康に関心の高い層から歓迎されている状況にあり、国民の人気は依然根強いものがある。

二 今後5年間（平成25年度末まで）における営業の振興の目標

すし店営業は、食品を調理し、顧客に飲食させる営業であって、その取り扱う食品が主として生鮮魚介類であり、その調理方法が直接人の手指によるものであることから、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供する

ことは営業者の責務である。

また、すし店営業の営業者には、消費者から安全で信頼され得る商品を提供することが求められている。このため、産地等消費者が求める情報の提供に努め、消費者に納得と安心感を提供することが重要である。

一方、すし店営業といえ、高級で、単価が高いといった印象があり、また、初めての顧客が店に入りやすく、単価の表示も明確でないという店が多かったため、消費者の需要が回転すし等のチェーン店や他の外食産業に向かう状況にあり、従来型の専門店の業績悪化につながっている。高級店、地域に密着した店等の目指すべき経営戦略にもよるが、このような専門店離れの傾向に対処するためには、会計の明朗化、店の雰囲気、経営者及びすし職人等従事者の接客態度の改善を図ることにより、店に入りやすくする工夫に努めるものとする。

さらに、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、食を通じた健康作りに関心が高まっていることを踏まえ、新鮮で栄養素に富んだすしの良さを情報提供するとともに、「量をたくさん食べたい」、「美味しいものを少しずつ食べたい」等の若者から高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のすしに対する様々な要望に対して積極的に応えて行くことが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、新メニューの開発、消費者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 すし店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行い、食中毒等食品衛生上の問

題が発生しないようにすることが重要である。特に、生鮮魚介類を保管する冷蔵設備の温度管理については、毎日定期的を実施することが必要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。また、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えない配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むことが必要である。特に、生鮮魚介類の保管管理を徹底することが重要であるため、その管理に必要な冷蔵設備、ショーケース、容器等の改善に取り組むことが必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自主的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なすしを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー等を考慮し、例えば、食材や技術にこだわりを持った高級店、地域に根ざし、若者、女性客、家族客等を対象とする店、多様なメニューを提供する店等経営方針を明確化することが重要である。

その際、顧客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やすし以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自らの店が利用者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の

改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討することが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、家族客をターゲットとした休日営業や昼食時の営業に配慮した営業時間の設定等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気作り、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めるとともに、食材を盛りつける器についても、店の特色を表す工夫が必要である。

メニューの開発に当たっては、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような中核的な商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

また、昼食時のメニューの開発やすし種への生鮮魚介類以外の食材の追加、若者、女性、子ども、高齢者等各々の要望に対応した健康的なメニューなど、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めるとともに、四季折々の季節の行事に合わせたすしの開発や宣伝が望まれる。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分に認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて伝統を重んじた清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、施設を改善するに当たっては、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止

するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術等を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へのダイレクトメールの発送や、すし券事業の活用等により、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の産地表示、天然と養殖の別表示、食物アレルギーなど消費者の健康被害防止を目的とした表示に心がけることが必要である。

消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努める必要がある。

料金についても総額表示にすることが必要であり、特に、「立ち」(カウンター等におけるお好み販売)において、すしの提供個数と単価表示の内容が相違するかのとき印象を与えないよう分かりやすい単価表示に努めることが望まれる。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。

あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故が生じた場合に備えて、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

すし専門店では、職人の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。しかし、高い調理技術を持った職人の高齢化が進む一方、高い調理技術を持った若者の採用も難しいため、営業者は、職人の育成に努める必要がある。したがって、職人の技術を向上させるとともに、接客態度、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努めるとともに、適正な労働条件の確保に努めるものとする。

また、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業者管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及びすし店営業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ、良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備並びにサービスの改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行い、その成果の普及に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象としたすしに関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、危機管理に関するマニュアルの作成及び賠償責任保険への加入促進を図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びにすし店営業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技術の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接遇に関する研修会及び講習会、新しいメニュー開発やすし職人を対象とした技術講習会、技能コンテスト、経営近代化展の開催等による技能水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

すし券事業など事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実を努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)においては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、危機管理に関するマニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、すし店営業に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、安全衛生に関する情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けることのないよう、適時、適切な対策を講じるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及

び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

すし店営業は、仕入れた生鮮魚介類を店内で解体した上で調理するため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営等の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分ではなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体や自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、すし店営業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及促進を行い、すし店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、すし店営業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに40パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

二 省エネルギーの強化

営業者は、地球温暖化防止に資するため、エネルギー(電気、ガス等)の使用に際しては、温室効果ガス排出抑制に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮するものとする。

三 少子・高齢化社会等への対応

すし店営業は、商店街にある店舗が大部分であり、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者や障害者に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢者社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、すし店営業の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、消費者が高齢化することを考

慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

四 食育への対応

すし店営業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育を積極的に取り組むことが期待される。具体的には食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて、地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

五 禁煙等に関する対策

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等、受動喫煙を防止するための必要な措置を講ずるよう努めるものとする。また、酒類を提供する営業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

六 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対してすし店営業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎理容業の振興指針

(平成21年2月23日
厚生労働省告示第37号)

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、理容業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第59号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

理容業の振興指針

理容業の営業者は、理容師法(昭和22年法律第234号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国理容生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、理容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、理容業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、理容業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 理容業を取り巻く環境

理容業は、頭髮の刈り込み、顔そり等により容姿を整えることから、国民の衛生的で快適な生活を確保するサービスとして国民生活の充実に大きく寄与してきたところである。

しかし、理容所の施設数は、昭和61年度の約14万5千件から漸減傾向にあり、平成12年度以降14万件台で推移してきたが、平成19年度には、13万7千件に減少しており、従事理容師数は平成14年度の約25万2千人以降減少し、平成19年度で約24万6千人となっている。この背景には、髪型に対する需要の多様化、若い男性の一部の美容所志向等が考えられるが、特に、近年の個人所得の伸び悩みの中での理容サービスの利用頻度の低下、低価格や施術時間の短さを売りものにするチ

ェーン店の出現による競争の激化等により経営環境は厳しいものとなっている。このような利用者ニーズの変化、経営環境に対して業界全体で的確に対応していくことが必要である。

衛生面については、理容所の衛生管理に対する利用者の関心は高く、新たな感染症の発生状況を踏まえ、理容業においても、公衆衛生の見地から感染症対策の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

また、社会全体の少子高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応、従業者等への育児支援等も課題となっている。

二 今後5年間(平成25年度末まで)における営業の振興の目標

理容業は、頭髮の刈り込み、顔そり等利用者の皮ふに直接触れる営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意を払わなければならない業種である。使用する器具の消毒をはじめ、衛生上の危害を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。

一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を志向する中で、理容業に対する要望が多様化及び高度化し、利用者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を合理的に選好することにより、理容所の選択を行っている。このため、従来の一一般の整髪、顔そり、洗髪等のメニューを主体としつつ、毛髪、美顔術も含め、できる限り利用者の要望に対応したサービスを提供するなど、利用者の立場に立ったサービスの改善向上に努めることにより、顧客に「満足」を与え、「快適」に過ごし「優美」な気持ちで帰られるような個性ある店作りを行うことが必要である。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、立地条件や店舗に応じた経営方針を確立し、それに基づく営業時間の見直し、顧客管理の改善や営業の効率化等経営内容の改善への積極的な取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、理容業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 理容業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

理容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮ふに鋭利な刃物を当て、又は化学薬品等を使用して容姿を整える営業であり、人の身体の安全及び衛生に直接関わる営業である。このため、営業者及び従業員は、理容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設及び設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、化学薬品、整髪剤等の適正な取扱い、毛髪など廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組み、感染症、皮膚障害等の発生を防止するものとする。

利用者の関心は、特に、肝炎、エイズ、新型インフルエンザ等の感染症の発生状況や発生の可能性を踏まえた感染症対策の充実にある。また、最近、小学校低学年以下の児童を中心にアタマジラミ等の流行の兆しがあることに留意することが必要である。したがって、営業者は、皮ふに接するタオル及び布片並びにかみそり等刃物の消毒の徹底に努めるとともに、作業中は汚れの目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、顔そり等の場合のマスクの着用等の衛生管理を徹底し、さらに、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び指導監督に当たることが必要である。

そして、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者に納得と安心感を提供するために最も重要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが重要である。したがって、消毒器材等を利用者に見えやすい場所に設置するなどの改善に取り組むことも必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー、技術力等を考慮し、例えば、地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、又は、若者等を対象に多様なメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立ってどのような付加価値を提供できるのか、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を確立し、経営を行うことが必要である。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日及び営業時間を見直すとともに、精神的な癒し(リラクゼーション)のための店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や顔そり後の肌の手入れ等の知識の提供など、顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めることが必要である。

提供するメニューについても、目標とする顧客層に応じて、主として若者を対象とした新しいヘアスタイル、毛染め(カラーリング)、男性向けネイルケア等のファッション性を重視するメニュー、女性向けシェービング、美顔を含めた身体全体の

エステティック等肌の管理を重視するメニュー、シャンプーと頭皮ケア等の育毛・スキャulptトリートメント、アロマセラピー等のリラクゼーションメニュー、中高年齢者向けのヘアカウンセリング等のメニュー、高齢者を対象とした福祉理容の出張サービス等のメニューなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

また、クールビズヘア、冷シャンプー等の社会性を配慮した新たな取組について利用者にアピールすることも考えられる。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、店の従業者規模等に応じたサービスの内容やメニューに合ったより快適な椅子及び洗髪設備、毛髪診断設備、エステティックをはじめとするリラクゼーションメニューのための設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるものとする。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを送信するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット等による予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

また、利用者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外など利用者の見やすい場所にメニューとサービスごとの料金を明示すべきであり、

顧客にとって初めてとなるメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする理容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

理容業は、対人サービスであり、従業者の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。特に、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りに努めることが必要である。

したがって、営業者は、従事員が新しいヘアスタイル等の新メニューに対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品との組合せによる事故防止並びに各種感染症対策等

の情報提供に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することに努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、利用者意識調査、利用者を対象とした理容啓発講座の実施及び利用者の理容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに理容業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の実力の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、福祉理容、ヘアカウンセラー、美顔エステティック等新しいサービスに関する講習会や技能コンテストの開催、連合会独自の技能資格制度の整備等による、新しい顧客需要に対応した理容技術の向上及び普及啓発に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、理容用品業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実にに関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補

償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、理容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、理容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情対応を始めとする情報の提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 少子・高齢化社会等への対応

理容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出張、サービス、高齢者や障害者に配慮した理容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の観点から、従業者の育児支援や、子供連れの顧客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、理容所の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、営業活動で生じた薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪等の廃棄物等の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して理容所の店舗の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、児童の緊急避難場所としての「理容こども110番の店」への参加などの地域の防犯活動への協力、地域における街づくりへの積極的な参加、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域にお

ける特色のある取組を支援することが期待される。

◎美容業の振興指針

〔平成21年2月23日〕
厚生労働省告示第38号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、美容業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第60号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

美容業の振興指針

美容業の営業者は、美容師法(昭和32年法律第163号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全日本美容業生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、美容業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、美容業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、美容業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 美容業を取り巻く環境

美容業は、衛生的で、かつ、容姿を美しくしたいという国民の文化的欲求に応えるサービスを提供することで、国民生活の充実に大いに寄与してきたところであるが、国民の「美と健康(ビューティーアンドヘルシー)」に対する需要はますます高まってきており、その需要に応じて質の高いサービスを提供できるよう、業界全体が変わっていく必要がある。

美容業は、平成19年度に施設数約21万9千件、従事美容師数約43万3千人でともに増加傾向にある。この背景には、女性の美容に対する根強い需要、若者の男女を問わないファッション志向等に対応して、エステティック等のサービスも含めた業務の拡充に熱心な営業者の存在がある。

一方、このような状況は営業業者間の競争を激化させており、特に、近年のチェーン店の増加や利用頻度の低下もあいまって、顧客数の減少を経営上の悩みの第一位に挙げている営業業者も多く、業界の中でも、住宅地に立地し、中高年の経営者による小規模個人経営の店が厳しい状況にある一方で、商業地や交通至便の場所に立地する比較的新しい店や法人経営の中規模・大規模店が発展するなど、二層分化の傾向も見られる。

サービスの内容についても、パーマメントへの消費支出は低下傾向にあるが、カット中心の施術、毛染め(ヘアカラー、ヘアマニキュア)、髪や頭皮の手入れ(トリートメント)、顔の美容(フェイシャル)や化粧品(メイク)、エステティック、ネイルケア、衣装着付けその他の美容への支出は増加するなど、サービス内容の変化と拡充が見られる。

衛生面については、パーマメントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の安全性やアレルギー等への影響に対する利用者の関心も高く、さらに、新たな感染症の発生状況を踏まえ、美容業においても、公衆衛生の見地からの感染症対策等の充実を図り、利用者に対して衛生管理についての納得と安心感を提供することが求められている。

また、社会全体の少子高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題に加え、増加する高齢者層の顧客への対応、従業者等への育児支援等も課題となっている。

二 今後5年間(平成25年度末まで)における営業の振興の目標

美容業は、人の身体の一部である毛髪及び皮膚に化粧品などを使用して容姿を美しくする営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。衛生上の危険を防止し、利用者に対して安全で良質な

サービスを提供することは営業者の責務である。

一方、生活水準の向上に伴い、国民が生活の質的充実を志向し、美容業に対する要望の多様化、高度化、ファッション化及び個性化の傾向が強まっているとともに、精神的な癒し(リラクゼーション)及び健康が重視される中で、利用者は、技術の質、料金、施設及び設備、接客態度等を合理的に選好することにより、美容所の選択を行っている。このため、ヘアスタイル等の流行に合った施術内容の見直しと、その技術の研さん向上を図るとともに、従来の顧客を対象にした地域に根ざしたリラクゼーションを重視した店作り、エステティック、ネイル等ファッションの最先端のサービスの拡充に取り組む店作り、中高年齢者をターゲットにした店作り、高齢化に対応した福祉美容等のサービスの開発など、個々の店の経営方針に沿って、美と健康を求める利用者の需要に対応して、激化する競争の中で安定した経営を確保するための付加価値を提供することを経営の目標とする必要がある。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機等に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、衛生水準を確保しつつ利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、利用者の安全衛生の確保、技術及び接客サービスの向上、利用者に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、美容業に対する利用者の理解と信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第2 美容業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

美容業は、人の体の一部である毛髪及び皮膚を対象として、パーマメントウェーブ用剤、化粧品等を使用して容姿を美しくする営業であり、人の身体の安全及び衛生に直接関わる営業である。このため、営業者及び従業員は、美容師法等の関係法令を遵守することは当然のことであり、衛生上の問題発生の防止及び衛生水準の一層の向上を図るため、衛生に関する専門的な知識を深め、常時、施設及び設備、器具等の衛生管理に努めるとともに、各種器具、薬品、化粧品等の適正な取扱い、毛髪など廃棄物の適切な処理にも十分留意し、衛生管理の改善に取り組むことが必要であり、感染症、皮膚障害等の発生を防止するものとする。

利用者の関心は、特に、器具の消毒、パーマネ

ントウェーブ用剤、染毛剤、化粧品等の肌への健康被害並びに肝炎、エイズ及び新型コロナウイルスの発生状況及び発生の可能性を踏まえた予防策等の衛生上の問題にある。また、最近、小学校低学年以下の児童を中心にアタマジラミ等の流行の兆しがあることに留意することが必要である。したがって、営業者は、皮ふに触れる物の消毒の徹底、化粧品等と顧客の体質等の関係についての従業員の教育、汚れの目立ちやすい清潔な外衣の着用、顧客一人ごとの作業前後のうがい、手指の洗浄や消毒、つめの手入れ、風邪等の流行時のマスクの着用等自ら衛生管理を徹底し、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び指導監督に当たることが必要である。

特に、新しい施術の実施に際しては、従業員に、その施術のやり方及びリスクを認識させ、利用者に対してもより詳細な説明を行い、健康被害等の発生防止及び発生した場合の対応に配慮しなければならない。そして、これらの取組を利用者に分かりやすく伝えることが、利用者に納得と安心感を提供するために最も重要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、店舗を衛生的に保つとともに、設備及び消毒器材について定期的かつ積極的にその改善に取り組むことが重要である。

また、利用者にとって安全及び衛生は最大の関心事項であるため、衛生管理を徹底した店舗であるとの印象を利用者に与えることが必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な利用者の要望に対応する良質なサービスを提供し、もって国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、経営規模、メニュー、技術力等を考慮し、例えば、

地域に根ざした中高年齢者や家族客等を顧客とする家族的な店、又は、若者等を対象に多様な最先端のメニューを提供する店など、自店の経営方針を明確化することが重要である。

その際、既に地域に定着している店であっても、顧客層の変化、顧客の要望の変化等の需要動向、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、他店のサービスと比べて、自らの店が顧客の立場に立ってどのような付加価値を提供できるのか、経営意識の改革に努めるとともに、将来を見据えた経営方針を確立し、経営を行う必要がある。

特に、家族経営等の小規模店は、営業者や従業員が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、それぞれの店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日及び営業時間を見直すとともに、店内の雰囲気作り、接客技術の向上、毛髪や化粧等の知識及び顧客層に合った化粧品等の提供など、顧客の立場に立ったサービスの見直しに努めることが必要である。

提供するメニューについても、ヘアスタイル等の流行に合ったメニュー内容の見直しを基本とし、さらに、主な顧客層に応じ、若者等ファッションに関心の高い顧客向けの新しいヘアスタイル、傷んだ髪等のトリートメント、ヘアカラー、ヘアマニキュア、ネイルケアやネイルアート、新しい手法を採りこんだメイクコースやフェイシャルエステ、エステティックサービス、結髪及び着付けの伝統的技術、ウエディングドレス着付け、若い男性を対象としたメニュー、中高年齢者を対象としたリラクゼーションに配慮したメニュー、高齢者を対象とした訪問美容サービスなど、顧客の要望と自店の経営方針に合ったメニューの見直しや開発を行うことが望ましい。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、清潔で好ましい店となるよう定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、店の従業者規模等に応じたサービスの内容やメニューに合った、椅子等調度品、洗髪設備、高齢者向けバリアフリー等の施設及び設備の改善に努めるも

のとする。

エ 情報通信技術を活用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて各種サービスの実施について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット等による予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

さらに、利用者の利便を考慮し、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律(平成15年法律第57号)に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、店外など利用者の見やすい場所にメニューとサービスごとの料金を明示すべきであり、顧客にとって初めてとなるメニューの施術に際しては、十分な事前の説明を行うべきである。

また、営業者は、財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。以下「全国指導センター」という。)が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする美容業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録をし、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

さらに、営業者は、事故が生じた場合には、適切かつ誠実な苦情処理と賠償責任保険等を活用した損害の補填を行い、顧客との信頼関係の維持向上に努めるものとする。

カ 人材育成及び自己啓発の推進に関する事項

美容業は、対人サービスであり、従業者の資質がサービスの質を左右することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題で

ある。特に、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場作りに努めることが必要である。

したがって、営業者は、従業員が新しいヘアスタイルやネイルケア、エステティック等の新しいメニューやサービス内容の拡充に対応できるよう、技術面を向上させるとともに、接客技術、顧客への知識提供等の面での技能向上にも努める必要がある。また、安全衛生履行の観点も含め、従業員に対する適正な労働条件の確保に努めるものとする。

さらに、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理の手引の作成等による普及啓発、毛髪及び肌の健康管理等に関する新技術の開発、衛生管理体制の整備充実、化粧品との組合せによる事故防止並びに各種感染症対策等の情報提供に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮したバリアフリーの店舗構造や高齢者向けサロン経営のあり方等の研究を行うことにより、営業者の取組を支援することに努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

サービスの適正表示、営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、利用者意識調査、利用者を対象とした美容啓発講座の実施及び利用者の美容施術に対する正しい知識の啓発のためのパンフレットの作成に努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに美容業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

新しいヘアスタイル、ネイルケア、エステティック、福祉美容等多様化する需要に対応した講習会、技能コンテストの開催、連合会がすすめるハートフル美容師等の独自の技能資格制度及びエステティック、ネイル、メイクの評価認定制度の推進等による、新しい顧客需要に対応した美容技術の向上及び普及啓発に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、美容用品業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界と連携を深め、情報の収集及び交換会の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実を努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供及び後継者支援事業の促進に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助

言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、(1)の都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

ウ 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、美容師法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、美容業に関する指導監督、安全衛生、利用者からの苦情対応を始めとする情報の提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 少子・高齢化社会等への対応

美容所は、商店街や住宅街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出張サービス、高齢者や障害者に配慮した美容施術の開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、男女共同参画社会の推進及び少子化社会における育児支援の観点から、従業者の育児支援や、子供連れの客が利用しやすいよう店内設備等を改善することも必要である。

さらに、営業者は、美容所の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分

認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について取り組むことが必要である。

二 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、化学物質や産業廃棄物の処理等の環境問題に配慮し、営業活動で生じた薬品、化粧品等の各種容器や廃液、毛髪やレッスンウイッグ等の廃棄物の適切な処置にも十分留意し、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しても、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して美容所の店舗の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組みるとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎飲食店営業（めん類）の振興指針

〔平成 17 年 3 月 10 日〕
〔厚生労働省告示第68号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業（めん類）の振興指針（昭和59年厚生省告示第140号）の全部を次のように改正し、平成17年4月1日から適用する。

飲食店営業（めん類）の振興指針

めん類飲食店営業（主としてめん類（中華そばを除

く。）を扱う飲食店営業をいう。以下同じ。）の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規制を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国麺類生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、めん類飲食店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、めん類飲食店営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、めん類飲食店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 めん類飲食店営業を取り巻く環境

めん類飲食店営業は、伝統的な飲食業種として国民の日常生活に密接に関連し、食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきた。

しかし、近年、長引く景気の低迷による先行不安感、消費者の食生活の多様化及び嗜好の変化、讃岐うどん等地方特有の味わいを売りにした専門店や車社会に対応した駐車場を有する郊外の大手チェーン店等の新規開業、コンビニエンスストアや低価格の弁当屋の増加など、めん類飲食店営業を取り巻く経営環境は大きく変化している。さらに、近年の偽装表示等食品をめぐる問題により、食品の安全性や産地、栄養素等を含めた情報開示に関する消費者の関心が高まっており、めん類飲食店営業においても、消費者に対して納得及び安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢

化による後継者問題が見られるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。

二 今後5年間（平成21年度末まで）における営業の振興の目標

第1に、めん類飲食店営業は、食品を調理し、消費者に飲食させる営業であって、細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

第2に、めん類飲食店営業の営業者には、消費者から信頼され得る商品を提供することも求められている。このため、主原料であるそば粉等の産地や商品の品質等消費者が求める情報の提供に努め、消費者に納得及び安心感を提供することが重要である。

第3に、近年では、めん類の健康的な食品としての関心が高まってきたこともあり、特にそばについては、そば粉の割合の高いそばが求められている。このため、営業者は、より品質の良い原料の使用や従来からの製めん方法を見直すことなどにより高品質のそばを提供することが必要である。

第4に、多様化する消費者の要望を的確にとらえ、新たな顧客を確保するためには、宣伝活動や新メニューの開発が必要である。すなわち、食を通じた健康づくりに関心が高まっていることを踏まえ、栄養素に富んだめん類の良さを情報提供するとともに、消費者の嗜好の変化を汲み取り、若者から高齢者までの様々な要望に合うメニューを開発することにより、消費者のめん類に対する要望に対して積極的に応えていくことが必要である。

各営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、顧客に対する情報提供、商品の品質向上、新メニューの開発等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 めん類飲食店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上に関する事項

(1) 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用や調理器具、容器、食器等の衛生管理の改善に取り組むこ

とが必要である。

さらに、営業者は、消費者が納得し、安心できるメニューを提供するために、店舗や従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、食材の衛生的取扱いにも留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について顧客に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用や手洗いの励行、清潔な食器類や台ふきんの使用等により消費者に不快感を感じさせない配慮が必要である。

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に調理し、消費者に飲食させるために必要な設備の整備を図ることが必要である。

2 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質なめん類を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮

営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模、メニュー等自店の経営上の特徴を十分把握した上で、食材や技術にこだわりを持った伝統的な専門店、地域に根ざした出前専門店、家族客等を対象とする多様なメニューを提供する店など、自店がどのような客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

その際、客層の変化、消費者の要望の変化、新しい顧客に対する店の印象等顧客に関する情報やめん類飲食店営業以外の外食店も含めた周囲の競合店の状況に関する情報等を収集し、他店のサービスと比較して、食材の品質に比して割安感のある価格設定、技術力、接客態度等について、自らの店が消費者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討する必要がある。

ある。

(2) サービスの見直し及びメニューの開発

営業者は、自店の立地条件及び経営方針に照らし、営業日、営業時間の設定、禁煙席の設置等の検討を行うとともに、清潔で入りやすい店内の雰囲気作り、接客態度、消費者の関心の高い情報の提供等顧客の立場に立ったサービスの見直しに努める必要がある。

また、使用しているそば粉や小麦粉等の素材並びにめんの製法及びその取扱いに十分な配慮を行い、利用者に高品質のめん類を提供することが必要である。特に、そばの質の向上を図る一環として、そば粉の混合割合を高めることが望ましい。

メニューの開発に当たっては、従来の伝統的なそばの味に加えて、産地、調理方法等の特色により、店として中核的な商品となるものを開発するとともに、消費者の健康に関する意識に留意し、栄養素、総カロリー量、塩分量等に配慮した商品を提供することが重要である。さらに、このような中核的な商品の情報を消費者に積極的に提供することが望ましい。

さらに、昼食時のメニュー、季節感を味わえるオリジナルメニュー、女性、子供、高齢者等の要望に対応した健康的なメニュー、そば懐石など、自店の経営方針と消費者の要望に的確に対応したメニューの開発に努めることも必要である。また、伝統的な専門店であっても、専門店の特色を活かし、メニューの変化を持たせるよう工夫することも必要である。例えば、地域の生産者団体等と共同して、その地域で生産された原料（小麦、そば等）をもとに、地域の特徴を活かした郷土食としての地場産業商品の開発等が期待される。

(3) 施設及び設備の改善

営業者は、めん類飲食店が飲食物を提供する営業施設であることを十分認識し、清潔で好ましい店となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、客層、経営方針、店の従業員規模等に応じ、伝統を重んじた雰囲気の構成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施など、施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、営業者は、高品質のめん類を消費者に提供しなければならないことを十分認識し、店独自の質の良いめん類を製造するための自家製めん設備の整備を図るよう努めるものとする。

経営方針、客層、店の構造や規模に配慮した上

で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(4) 情報通信技術を活用した新規顧客の獲得や顧客の確保

営業者は、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化により、季節メニュー、誕生日又は記念日に合わせたサービス等について顧客へのダイレクトメールを発送し、また、ホームページを使用した店の広告に割引サービスを付けて新たな顧客を獲得するなど、情報通信技術の活用を進めることも必要である。

(5) 表示の適正化と苦情の適切な処理

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー表示に努める必要がある。特に、消費者に対し、めん類に関する食文化、食材、調理技術、流通形態等の様々な知識の提供にも努める必要がある。

また、営業者は、全国生活衛生営業指導センター（以下「全国指導センター」という。）が定めるサービスの内容並びに施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とするめん類飲食店営業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録を行い、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めるとともに、サービスの改善に反映させるよう努めるものとする。また、万が一、食中毒事故等が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、顧客との信頼回復に努めるものとする。

最近の消費者の食品の安全への関心の高まり及び健康志向に対応するため、産地、栄養素、総カロリー量、塩分量等の食材の品質や、栄養素に富んだ食品であるめん類の良さを積極的に情報提供することが望ましい。さらに、地域によっては当該情報の外国語表示も望ましい。

(6) 人材育成及び自己啓発の推進

めん類飲食店営業の新たな発展を期するためには、我が国の伝統的食品としてのめん類の調理技術、接客技術、衛生知識、消費者の要望等に関する情報の収集等の質的な経営資源を充実し、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営力の強化の観点から重要である。また、めん類の専門店は、職人の資質がサービスの質を左右

することから、優秀な人材の獲得及び育成を図ることが極めて重要な課題である。

したがって、職人の技術を向上させる一方、従業員の接客態度の向上、顧客に提供すべき情報の習得にも努めるとともに、適正な労働条件の確保に努める。また、営業者は、後継者及び独立を希望する従業員が、経営、顧客管理、従業員管理等の技能を取得できるよう、自己啓発を促すとともに、後継者及び従業員の人材育成に努める必要がある。

(7) 経営診断の活用

特に、小規模経営の店では経営者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による営業者に対する普及啓発、ポスター等による消費者に対する広報の推進

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進

(3) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象としためん類に関する啓発講座の実施や啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、賠償責任保険への加入促進

(4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及びめ

ん類飲食店営業の将来の展望に関するデータの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供

(5) 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会の開催、新しいメニュー開発やめん職人を対象とした技術講習会、技能コンテスト等の開催による技能水準の向上、新しい消費者の要望に対応したメニューやサービスの普及啓発

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案及び実施に係る指導

(7) 取引関係の改善に関する事項

そば粉の原産地表示を徹底する等安心して信頼されるめん類を消費者に提供するために必要な製粉業界との連携の強化、共同購入等取引面の共同化の推進

(8) 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件の整備や健康管理の充実にための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（生命保険等）の整備及び強化

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ等の経営知識の情報提供の促進

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、消費者の信頼性の向上

(1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導及び助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼性の向上に積極的に取り組むものとする。また、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者等に対する組合加入促進策を講じるものとする。

(2) 全国指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、営業者への当該情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。また、標準営業約款制度に関し、都道府県指導センターと連携を図り、各営業者の標準営業約款の登録の促進策を講じるものとする。

(3) 国、都道府県等においては、めん類飲食店営業に対する消費者の信頼性の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

(4) 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及びリサイクル対策の推進

めん類飲食店営業は、客に飲食させる営業であるため、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営等の店が大部分であり、営業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分でないため、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけでなく、地域の自治体や自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、めん類飲食店営業における食品資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及啓発を行い、めん類飲食店営業における環境の保全やリサイクル対策に関する取組を推進する。

これらの取組を通じて、めん類飲食店営業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成18年度までに20パーセントに向上させるよう、食品循環資源の再生利用並びに食品廃棄物の発生の抑制及び減量に努めるものとする。また、国民生活金融公庫においては、これらの営業者の取組に対して、生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子高齢社会への対応

めん類飲食店営業は、商店街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、足腰の弱い高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、店に来ることができない場合の出前サービス、食べやすい食材を使ったメニューの開発など、高齢社会における幅広い取組が期待される。

また、組合及び連合会においては、例えば、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

また、営業者は少子化の中で、子供たちにそばへの関心を持たせ、日本の伝統的食文化を次世代に残していくために、例えば、学校やカルチャースクール等でのそば打ちの講師、小学生にそばを栽培してもらう「そばの花観察運動」等に積極的に参加することが期待される。

三 地域との共生

めん類飲食店営業は、主に地域の商店街において、地域を支える文化生活拠点となっており、地域住民のつながりの場として期待される役割が大きい。このため、営業者においては、例えば、出前用のバイク等に消火器を積載するなど、出前をしながらの地域の防犯及び防火パトロールや出前時における高齢者等とのふれあい及び交流等地域住民との緊密化を図り、地域におけるまちづくりに積極的に参加するとともに、様々な地域社会活動の一翼を担う等地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、防犯及び防火パトロール体制の構築等に積極的に取り組み、営業者を支援することが重要である。また、組合及び連合会においては、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎旅館業の振興指針

〔平成17年3月10日〕
〔厚生労働省告示第69号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、旅館業の振興指針（昭和59年厚生省告示第141号）の全部を次のように改正し、平成17年4月1日から適用する。

旅館業の振興指針

旅館業の営業者は、旅館業法（昭和23年法律第138号）等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常

に衛生水準の向上を図らなければならない。また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められている。しかしながら、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国旅館生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、旅館業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、旅館業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、旅館業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 旅館業を取り巻く環境

旅館業は、国民に健全で、快適な宿泊サービスを提供することにより、国民生活の充実に大いに寄与してきたところである。しかし、国内旅行の主流は、団体旅行から個人旅行や少人数のグループ旅行に移りつつあり、エコツアーリズム等旅行形態の個性化も進みつつある。このことを反映するかのように、低価格を売りに高稼働率を維持する宿泊特化型のホテルがある一方、数か月も前に予約が満杯となる高価格を設定した高級小規模旅館や外資系チェーンの高級都市型ホテルの開業が続くなど、利用者層の2極化が進む中で、施設及び設備の老朽化、サービスの質の低下、経営改善の遅れ等により、利用者の要望に十分対応できない体質となり、さらには、景気の低迷等社会的環境の変化を読み切れず、大型旅館や老舗旅館の廃業が加速している。

また、ハンセン病元患者や障害者に対する違法な宿泊拒否、補助犬を伴う障害者等への配慮など、人権擁護の問題も重要な経営課題となっている。

このような環境の中で、旅館業の振興を図るためには、従来にも増して利用者の要望の変化に的確に対応

できる経営形態に移行することが重要である。

二 今後5年間（平成21年度末まで）における営業の振興の目標

第1に、旅館業は、利用者を宿泊させて料理を提供する営業であり、安全上及び衛生上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。火災や地震に対する備え、衛生的な寝具の提供、浴室等の施設及び設備の衛生管理、食品衛生については、食品の調理、保存等の衛生的な取扱いなど、利用者の安全衛生の確保に努めることは、営業者の責務である。

第2に、旅館業においては、全体としては明確な経営方針が確立され経営が改善されつつあるものの、一方では、いわゆる「バブル経済」時における過剰な設備投資等で過大な債務を負っており、バブル崩壊後十数年を経過した現在でも、過重債務や経営不振で困窮を極めている営業者も多い。したがって、債務の圧縮、経営改善等事業再生を念頭に置き、将来を見通した明確な経営方針を確立し、利用者の要望の変化に対応し得る供給能力の整備に努める必要がある。

また、商品及び情報供給システムの改善、情報収集力の強化、人材の育成等質的な経営資源の充実に努めるとともに、営業者等の知識及び技能の高度化を図ることにより付加価値の高い業態への移行を図ることが重要である。

第3に、家族的な雰囲気でのこもった触れ合いを経営の基本とし、高齢者や障害者を含むすべての利用者や地域住民の人々が、安心して快適に利用するための配慮がなされた、人に優しい地域の宿づくりを目指す必要がある。

各営業者は、これらを十分に認識し、安全及び衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、高齢者等に配慮した施設及び設備の改善等に積極的に取り組むことにより、自己の経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とすることが必要である。

第2 旅館業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上等に関する事項

営業者は、近年の「O157を含む腸管出血性大腸菌感染症」や、新たな感染症等の発生状況等に配慮しつつ、公衆衛生の見地から感染症対策の充実に図ることが要請されている。このため、自店の営業形態、施設及び設備等に応じた、快適な温度及び空気環境の確保、浴室及び浴槽等の清掃の徹底、衛生教育の充実による従業者の資質の向上、食品の衛生的

な取扱いの徹底等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実及び強化を図り、利用者が衛生的で快適な宿泊ができるよう衛生管理に努めるものとする。

また、営業者自ら従業者に対し衛生管理に関する模範を示すとともに、感染症の予防のために従業者の健康管理にも十分留意し、従業者に対する正確な衛生教育の徹底及び危機管理体制を整備することが必要である。

さらに、営業者は、消防法（昭和23年法律第186号）等の関係法令に基づき、非常口表示等の防火安全対策を講じるとともに、利用者に対しては安全配慮に関し適切な情報提供を行う必要がある。

2 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、営業を通じて快適な余暇を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮

営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模、営業形態等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

過重債務等により自力での再生不能な場合には、経営力及び営業力のある第三者や新会社設立による営業譲渡、債権の売却等を行うことにより、新組織のもとで債務圧縮を図ることも必要である。この場合は、従来の経営者の経営責任を問われることとなるが、従来の経営者が支配人や新運営会社の代表となることも可能であり、再生チームの一員として経営の支援に徹する覚悟も必要となる。

また、既に地域に定着している店であっても、客層の変化、周囲の競合店の状況等の情報を収集し、自らの店が利用者に提供すべき付加価値を見直すなど、経営意識の改革に努めるとともに、経営方針について将来まで見据えた上で改めて検討する必要がある。

(2) サービスの見直し及びメニューの開発

営業者は、サービスの向上の意識を持ち、高齢化及び国際化の進展にも対応できる接客の手引を作成し、これを従業員に周知徹底させ、利用者の信頼及び好感が得られるよう、サービスの内容を見直し、付加価値を高めるよう努めることが必要である。例えば、対価以上と感じるサービスの提

供や手ごろを感じさせる料金の設定、いわゆる「リピーター」の獲得を目的とした独自のポイントカードの発行、季節にあった地元の農水産物等の食材による料理の提供、利用者のし好の要望に柔軟に対応できる調理体制、食事と入浴をセットにした日帰りプラン、家族向け割引制度や連泊割引制度の導入、館内での各種イベントの企画、オリジナリティーのある土産物の販売、数種類の浴衣等を顧客に選択させることなど、新たなサービスの開発が期待される。

また、閑散期対策として、地元企業や市民を対象とした宴会又は会食の積極的な受入れ、キャンペーン等の期間限定割引、インターネット利用者割引等のメニューの開発も期待される。

さらに、「観光立国推進戦略会議報告書」（平成16年11月30日付け観光立国戦略推進会議提言）を踏まえ、外国人旅行者の誘致のための看板やパンフレット等の作成、環境保全等に配慮したエコリズムなどの積極的な取組も必要である。

(3) 施設及び設備の改善

営業者は、特に今後の利用の増加が見込まれる高齢者等が安心して利用できるようにするため、安全衛生、利便性、快適性、災害に対する安全性、利用者の要望の充実等を確保し、バリアフリー化を念頭に置いた施設及び設備の適切な整備を図る必要がある。また、従業者の安全衛生の確保及び労働条件の改善並びに環境保全や省エネルギーの観点から、必要な施設及び設備の改善及び整備に努めることも必要である。

また、営業者は、清潔で衛生的な料理を調理し、保管し、又は飲食させるために必要な設備及び機器の整備を図るとともに、店内の分煙や禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(4) 情報通信技術を活用した新規顧客の獲得や顧客の確保

旅館業は比較的、情報通信技術の導入が普及しているが、情報化についての認識が必ずしも十分とは言えない状況にある。営業者は、利用者の要望を把握するため、リアルタイムで直接利用者の声を聞く体制が重要であり、インターネット上でホームページを開設することによって双方向の情報交換を行うことや、定期的にイベント案内のメールを発信するなど、情報通信技術を新しい広告媒体として活用することが必要である。

また、宿ネット等の宿泊予約サイトを活用して客室稼働率を高めたり、外国語表示により伝統的な日本旅館等の良さを外国人旅行者に伝えたりすることにより、新たな利用者の拡大を図ることも必要である。

(5) 表示の適正化及び苦情の適切な処理

営業者が、料金表示を行う場合は、その表示の料金が実際に支払う金額と相違するかのような印象を与え、利用者に誤解及び不信を招かぬよう分かりやすい料金表示に努めるとともに、それぞれの経営の特質に応じた料金の適正化を図ること等により、利用者に納得及び安心が得られるよう努めるものとする。また、温泉を使用している営業者にあっては、源泉及び浴槽の温泉の成分、循環ろ過や加水等の有無を表示するよう努めるものとする。

営業者は、利用者から意見及び苦情に対して適切に対応することが、利用者の信頼の確保や利用者の要望の動向の把握に資することからも、宿泊サービスに係る利用者の意見及び苦情に対しては、誠意をもって対応し、問題の早急かつ円滑な解決に努めることが必要である。

(6) 従業者の資質の向上

旅館業の新たな発展を期すためには、接客技術力、調理技術力、情報収集力等の質的な経営資源を充実させ、経営力の強化を図る必要があるが、特に人材の育成は、経営力の強化の観点から重要である。したがって、営業者は、自ら進んで情報の収集、調理技術の開発、接客技術の向上等自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、従業者に組合等の実施する研修会及び講習会への参加、技術検定試験の受験、外国人接客のための語学研修等を行わせ、従業者の資質の改善や向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めることが必要である。さらに、従業者に意欲と働きがいを持たせるよう、適正な労働条件の確保に努めることも必要である。

(7) 経営診断の活用

営業者は、旅館業においては、経営者が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、このような営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断や連合会が運営する経営改善金融委員会を積極的に活用するこ

とが望まれる。

(8) シルバースター登録制度の推進

シルバースター登録制度とは、高齢者等が快適に過ごせる利用しやすい宿泊施設の整備を図る必要から、設備、サービス及び料理面で一定の基準を充足する旅館を対象に、連合会が認定登録する制度である。

営業者は、高齢者等が安心して利用できる施設の整備及びサービスの提供に努めるとともに、高齢者等に配慮した施設であることが利用者に容易に分かるようシルバースターの認定登録を受けるよう努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(1) 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、営業者及び従業者の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、衛生管理体制の整備充実

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進

(3) 利用者の利益の増進及び役務の提供方法に関する事項

サービスの適正表示や営業者が自店の特質に応じ作成する接客手引及び作業手引の基本となるマニュアルの作成、苦情相談窓口の開設及び苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、宿泊施設に関する利用者への啓発活動、共通利用券の発行、旅行案内所の設置及び施設便覧等の作成

シルバースター登録制度の普及活動や人に優しい地域の宿づくり賞（高齢者や障害者を含むすべての利用者や地域住民の人々が安心して快適に利用するための配慮がなされた施設等に贈る賞）等の顕彰制度の推進

(4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、立地条件等経営環境に関する情報及び旅館業界の将来の展望に関するデータの収集及び整理

並びに営業者に対するこれらの情報提供、情報通信技術による経営近代化システムの構築及び活用、電子決済システム及びデビットカードの推進、事業再生のための調査及び研究並びに経営オペレーター（事業再生を行うために、経営の専門的な支援に携わる人）養成の推進

(5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項

接客、調理等の基礎的な技術の向上及び効果的な入浴方法の指導に資するための研修会及び講習会の開催、技能コンテストの開催及び技能評価制度の検討等教育制度の充実強化

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案及び実施に係る指導

(7) 取引関係の改善に関する事項

旅行業界、機器業界等の関連業界との連携の強化及び共同購入等取引面の共同化の推進

(8) 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備や健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（生命保険等）の整備及び強化

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ等の経営知識の情報提供の促進

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、利用者の信頼性の向上

(1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導及び助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼性の向上に積極的に取り組むものとする。また、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者等に対する組合加入促進策を講じるものとする。

(2) 全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、営業者への当該情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

(3) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、旅館業法等関係法令の施行業務

等を通じ、営業者に対し、旅館業に関する監督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

(4) 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及びリサイクル対策の推進

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、悪臭、騒音等の公害の発生の防止及び産業廃棄物の適正な処理のために、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等の必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

なお、旅館業は宿泊客に対して食事を提供するため、食品廃棄物が発生しやすいが、食品廃棄物の量が多く、食品循環資源として分別するのに経費等がかかり、リサイクル対策が必ずしも十分でないため、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけでなく、地域の自治体や自治会が関与しながら、地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、旅館業における食品資源等を再生利用するための体系を構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促す等の普及啓発を行い、旅館業の営業における環境の保全やリサイクル対策に関する取組を推進する。

これらの取組を通じて、旅館業の営業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成18年度までに20パーセントに向上させるよう、食品循環資源の再生利用並びに食品廃棄物の発生の抑制及び減量に努めるものとする。また、国民生活金融公庫においては、これらの営業者の取組に対して、生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子高齢社会への対応

営業者は、人に優しい地域の宿づくりを目指すために、足腰の弱い高齢者や障害者、幼児連れの家族等でも気軽に宿泊できるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、高齢者や幼児が食べやすい食材を使ったメニューの開発や聴覚障害者向けの振動で知らせる目覚まし時計、文字放送を放映できるテレビ、エレベーターの点字案内板等備品の整備など、少子高

齢社会における幅広い取組が期待される。

また、高齢者等の健康増進や機能回復のためのリハビリ機能も取り入れるなど、高齢者等の健康に配慮した取組も期待される。その場合には、利用者に対する効果的な入浴方法の指導、健康管理のための専門医師との連携等管理できる体制を整えておくことが重要である。なお、営業者は、行政等との連携のもとに、生きがい対応型デイサービス事業（高齢者生きがい活動支援通所事業）に参加するなど、地域住民の福祉の向上に貢献するよう努めるものとする。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、生きがい対応型デイサービス事業を推進し、効果的な入浴法をアドバイスできる人材の養成等に積極的に取り組むとともに、高齢者等の利便性を考慮した施設の設計やサービスの提供の研究、健康志向に対応した新しいプログラムの開発等を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 地域との共生

旅館業の営業者は、地域にとって集客の促進に必要不可欠なサービスの身近な供給者であるとともに、商店街や温泉街の重要な構成員でもあり、地域社会の活性化に欠くことのできない存在である。

また、旅館業は、地域住民のつながりの場として期待される役割が大きいため、営業者においては、例えば、地域と旅館等が一体となったイベントの企画、旅館等施設でのコミュニティ機能を生かした街の情報発信及び収集の提供など、地域におけるまちづくりに積極的に参加するとともに、様々な地域社会活動の一翼を担うなど地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。特に、「観光立国行動計画」（平成15年7月31日付け観光立国関係閣僚会議決定）の一環である、「トラディショナル・ジャパン運動」（旅館業と地場産業等との連携により、宿泊客に対し、古き良き日本の伝統を衣食住のすべての面で体感してもらう運動）を円滑に展開するため、地場産業（商店街や伝統及び工芸産業）等と協力し、地域に潜在している食文化や伝統工芸等を発掘することや、その実体験を通じた地域の伝統文化との触れ合いの場を観光客に提供するために、地域自治体等と連携を図

ることも必要である。また、温泉地にあつては、「温泉と観光」、「温泉と健康」、「温泉と美容」、「温泉と介護」等をテーマとした温泉再生フォーラムを開催することや、温泉の専門家を養成し、地元医療機関における人間ドックや「トラディショナル・ジャパン運動」とを組み合わせた特徴ある街づくりも期待される。

◎食肉販売業の振興指針

〔平成18年2月7日〕
〔厚生労働省告示第18号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、食肉販売業の振興指針（昭和60年厚生省告示第201号）の全部を次のように改正し、平成18年4月1日から適用する。

食肉販売業の振興指針

食肉販売業の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規制を遵守しつつ、衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに相当な時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国食肉販売業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、食肉販売業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、食肉販売業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、

地域社会づくりへの貢献など、食肉販売業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 食肉販売業を取り巻く環境

食肉販売業は、主に地域の商店街における食肉の小売専門店として、家庭の食卓に欠かせない食材を身近に提供することにより、国民生活の向上に貢献してきた。

しかし、これまでの景気の低迷による先行不安感、スーパーマーケットの展開又は低価格販売店の増加、国民の生活様式の変化による外食需要の増加等に伴い、食肉販売業を取り巻く経営環境は、極めて厳しいものとなっている。さらに、近年、牛海綿状脳症（BSE）の国内での発生等により食肉の安全性や信頼性に対する国民の関心が高まってきていることから、トレーサビリティ等の情報提供に積極的に取り組む必要が生じるなど、食肉販売業においても、消費者に対して納得し、安心して購入してもらえる環境を築くことが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者の高齢化による後継者問題が見られるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。

二 今後5年間（平成22年度末まで）における営業の振興の目標

食肉販売業の多くは、店頭において生肉又は加工食品を販売しているため、病原微生物等の污染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。したがって、これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

一方、食肉は、国民の食卓に欠かせない食材であり、営業者は、食肉専門店として、銘柄や産地等にこだわった食肉及び食肉関連商品を提供し、その独自性を発揮することにより、今後とも、国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、牛海綿状脳症（BSE）が国内で発生したことを受けて、牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法（平成15年法律第72号）が制定され、牛肉のトレーサビリティ制度が整備されたところであり、食肉の産地、種類、加工方法等商品の品質に対する消費者の依然として高い関心を受けて、正確かつ詳細な情報の提供を行うことが求められている。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、鮮度管理の徹底、顧客に対する情報提供等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、

食肉に対する消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 食肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上に関する事項

(1) 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の衛生規制を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生管理者の活用や加工機器、容器等の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が納得し、安心して購入できる商品を提供するために、店舗及び従業員の着衣等を清潔に保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いにも留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生を防止することが必要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置を顧客に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、顧客に不快感を感じさせない配慮が必要である。

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むことが重要である。

特に、対面販売している食肉販売店の多くは、生肉、内臓等の副生物及び食肉加工食品（ハム、ソーセージ等）を主力商品としており、商品の受渡し場の近くで調理して顧客に提供する営業形態を特徴としている。このため、商品の受渡し場は、食中毒の発生を防止するなどの観点から、常に衛生上の注意を払うことが必要であり、これらに関する設備については、可能な限り、3年ないし4年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的な改善に取り組むことが必要である。

また、食肉は、鮮度の管理を徹底することが重要であるので、冷蔵設備、加工機器、容器等鮮度の管理に必要な設備の改善に取り組むことが必要である。

2 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質な食材を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、多様な嗜好を持つ個人を顧客としていることを念頭に置き、自店の立地条件、客層、商品の特色、技術力等自店の経営上の特質を十分に把握した上で、自店がどのような客層を対象に、どのような商品を重点的に提供するのかという経営方針を明確化することが重要である。

また、営業者が経営の安定を図るためには、周囲の競合店の状況に関する情報の収集、他店のサービスとの比較等を行い、良質なサービスや付加価値の高い食材を提供するとともに、これを顧客に理解してもらうことにより、専門店としての独自性を発揮することが重要である。

(2) 消費者に対する情報提供の推進に関する事項

食品の安全性及び信頼性に対する消費者の関心の高まりを踏まえ、営業者は、商品の品目、産地、飼育者、飼育方法、処理日時、加工方法等に関する情報提供を積極的に行うとともに、商品の表示、展示及び包装方法を工夫することにより、消費者の選択の利便を図り、消費者に納得と安心感を提供することに努めるものとする。

また、消費者からの商品に関する疑問及び苦情に的確に対応することにより、消費者の信頼を確立することに努めるものとする。

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が食品を提供する営業施設であることを十分認識し、定期的な内外装の改装に努めるとともに、客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施など施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、営業者は、顧客の増加、作業能率の向上、消費者の安全衛生及び従業者の労働安全衛生の確保のため、施設、冷凍設備等の適正かつ適切な整備を図るとともに、消費者の要望の充足、省エネルギーの推進等、合理的かつ効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努めることが重要

である。

(4) 家族経営及び対面販売の利点の発揮に関する事項

家族経営の店は、店主を中心とした家族従業者に支えられており、経営に関する問題意識を従業者間で共有しやすく、地域に密着した長期的な視点に立った経営が可能である。また、対面販売は、経営者自らが顧客の要望を把握することが可能であり、顧客の要望に対して、柔軟かつ速やかに対応することができる。家族経営及び対面販売を特徴とする店は、このように大型店とは異なる利点を有しているため、これを十分に発揮することが望まれる。

(5) 後継者の確保及び経営の健全化に関する事項

近年、家族経営の店を中心に、後継者の確保が深刻な問題となっているが、子供の職業選択や相続など家族における私的な問題も関係しており、個々の営業者が自立的に問題の解決に取り組むことが重要である。後継者の確保については、後継者に経営の知識を伝えることを通じて、業に対する興味及び販売促進の意欲をかき立てるとともに、若い人材を活用することで新たな経営手法を開拓するといった積極的な考え方に立つことが必要である。このような事業承継に際して、自店の経営の合理化、施設及び設備の更新、経営形態の見直し等の経営健全化方策と一体的にとらえることが重要である。

(6) 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化により、季節に応じた商品、誕生日又は記念日に合わせたサービス等について顧客にダイレクトメールを郵送し、また、ホームページを使用した店の広告に割引サービスを付けて新たな顧客を獲得するなど、情報通信技術の活用を進めることも必要である。

(7) 経営診断の活用に関する事項

特に、小規模経営の店では経営者や従業者が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

(8) 個人情報の管理に関する事項

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報を取り扱う事業者となるとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客情報の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による営業者に対する普及啓発、商品の品質を保持するために必要な新技術の研究及びポスター等による消費者に対する広報の推進に努めるものとする。

(2) 施設及び設備の改善に関する事項
衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進に努めるものとする。

(3) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項
商品の適正表示及び苦情対応に関するマニュアルの作成及び普及啓発、消費者の利便及び信頼の向上のために必要なトレーサビリティの推進、生産者、生産地等に関する情報の収集及び提供並びに消費者調査に基づく消費者の嗜好的確な把握に努めるものとする。

(4) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項
先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び食肉販売業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供に努めるものとする。

(5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項
基礎的な技術に関する研修会及び講習会、技能コンテストの開催等教育研修制度の充実強化に努めるものとする。

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項
事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

(7) 仕入れ方法の工夫及び取引関係の改善に関する事項

良質な食材を消費者に提供するために必要な生産者、処理加工業者等との連携の強化及び交流の促進、共同購入事業等取引面の共同化の推進、処理加工業者等との取引条件の合理的改善に努めるものとする。

(8) 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備や健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関する成功事例等を含めた経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

(1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にして、営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者等に対する組合加入促進策を講じるものとする。

(2) 財団法人全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報データの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

(3) 国、都道府県等においては、食肉販売業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、情報提供等必要な支援に努めるものとする。

(4) 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及びリサイクル対策の推進

営業者は、仕入れた食肉を店内で解体、調理するた

め、食品廃棄物が発生しやすいが、家族経営の店が大部分であるため、業者が取り組む環境の保全やリサイクル対策が必ずしも十分でなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の業者や組合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、食肉販売業における食品循環資源等を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の業者にも参加を促すなどの普及啓発を行い、食肉販売業における環境の保全やリサイクル対策に関する取組を推進する。

これらの取組を通じて、食肉販売業の業者においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成18年度までに20パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品廃棄物の発生の抑制及び減量を推進するものとする。また、国民生活金融公庫においては、これら業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子高齢社会への対応

食肉販売業は、商店街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。業者は、長年の顧客を大切に、足腰の弱い高齢者や障害者が気軽に立ち寄れるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、高齢者が調理しやすいように工夫をした食材の提供、他の生活衛生関係業者と連携した加工食材の配食サービスの提供等少子高齢社会における幅広い取組が期待される。また、国民生活金融公庫においては、これら業者の取組に対して生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 食育への対応

食肉販売業は、国民の食生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

四 地域との共生

食肉販売業は、主に地域の商店街において、食卓に欠かせない良質な食材を身近に販売しており、地元の商店街の一員として、また、地域住民のつながりの場として期待される役割が大きい。

このため、業者においては、地域における街づくりに積極的に参加し、地域と共生していくことが期待される。

また、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助できる指導者の育成に積極的に取り組むなど業者を支援することや、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針

〔平成19年2月19日〕
〔厚生労働省告示第24号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第64号）第56条の2第1項の規定に基づき、飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針（昭和62年厚生省告示第29号）の全部を次のように改正し、平成19年4月1日から適用する。

飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業）及び喫茶店営業の振興指針

飲食店営業（一般飲食業、中華料理業、料理業及び社交業を営む飲食店営業をいう。以下同じ。）及び喫茶店営業の業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の関係法令を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、その大部分が経営基盤の弱い弱な中小零細企業であり、個々の業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに相当な時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合及び生活衛生同業小組合（以下「組合」という。）並びに全国生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、飲食店営業及び喫茶店営業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるように営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の食生活の向上に貢献することが期待される。また、本指針は、飲食店営業及び喫茶店営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、飲食店営業及び喫茶店営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第一 営業の振興の目標に関する事項

一 飲食店営業及び喫茶店営業を取り巻く環境

飲食店営業及び喫茶店営業は、国民の生活において欠かせない位置を占めており、食生活の充実に大きく貢献するとともに、人的サービスの比重が高い産業として、消費者の日常生活に溶け込んで発展してきた。

他方で、大手資本等による大型店、チェーンストア、コンビニエンスストア等の進出による競争の激化、消費者の食生活の多様化や食事に対する嗜好の変化等外的条件が激しく変化する状況にあり、小規模営業特有の経営体質のぜい弱性等とあいまって、経営上の問題が深刻なものとなっている。さらに、景況は改善基調にあるものの、これまでの景気の低迷に伴う売上げの減少、営業者の高齢化による後継者問題、施設設備の老朽化、諸経費の上昇等飲食店営業及び喫茶店営業を取り巻く現状は極めて厳しいものとなっている。

飲食店営業及び喫茶店営業は、各地域に密着して、国民生活の食生活の向上に、また、交友や団らん等の場としても大いに役立っており、今後も、消費者の嗜好に応じて、環境面にも配慮した安全で安心・信頼できる商品及びサービスを提供する専門店として、国民生活の充実に一層貢献していくことが期待されている。

二 今後5年間（平成23年度末まで）における営業の振興の目標

営業者は、自店の経営方針を明確にし、多様な営業形態を持つ生活衛生営業関係の特質を生かしながら、営業の振興を図る必要がある。

第1に、飲食店営業及び喫茶店営業は、飲食物を調理及び調製し、直接消費者に飲食させ、あるいは販売する営業であり、調理及び調製並びに流通の過程で細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境条件にある。衛生面で問題が起き

た場合には、多くの消費者に被害が及ぶことはもとより、営業自体の存続が困難になる可能性がある。したがって、これらの食品衛生上の問題を防止し、消費者に対して安全で良質な商品等を提供することは、営業者の責務であり、基本的な目標である。

第2に、営業者は、インターネット等を活用して情報の収集や分析を行い、消費者の要望を的確に把握した上で、情報分析の結果や経営資源等を踏まえ、自店の経営方針を明確にし、人材、設備等の集約やその効率的な活用を図るとともに、商品に関する多角的な情報発信並びに広告及び宣伝の強化に取り組むなど、消費者を意識した営業を展開することが必要である。

第3に、営業者は、自店の特色や地域の特色を踏まえた商品の開発や提供、商品の品質の向上やサービスの充実など、自店の付加価値を高め、良質な商品を安定的に供給できるよう、恒常的な努力を重ねることが必要である。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、消費者の要望を踏まえた営業や情報発信、良質な商品の安定的な供給等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とすべきである。

第二 飲食店営業及び喫茶店営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用及び使用する器具の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗及び従業員の清潔を保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を感じさせない配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生管理への取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に食材を調理及び調製し、消費者に提供するために必要な設備の整備を図ることが必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する商品を提供し、国民生活の食生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者の中には、明確な経営方針を持たずに経営を行っている者もあり、経営管理の合理化及び効率化が遅れているのが現状である。現在置かれている経営環境を十分に考慮し、自店の経営能力に適合した経営規模を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、資本力、経営能力、技術力等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような顧客層を対象に、どのような商品を重点的に提供するののかという経営方針を明確化することが重要である。

特に、小規模経営の店では、経営者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、営業におけるサービスの比重が高いことを考慮し、従業員等の教育・研修を徹底して行い、常に消費者に対する丁寧なもてなしを心がけるなどサービスの充実及び維持向上に努め、消費者との信頼関係を高めるとともに、自店の付加価値を高めることが重要である。また、優秀な人材の獲得に努め、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力ある職場づくりに努めることが必要である。

営業者は、消費者の食を通じた健康づくりなどの健康志向に対応するため、ヘルシーメニューの提供、総カロリー表示等への取組が求められるほか、食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示等に積極的に取り組み、消費者自らが安全で良質な商品を納得して選択できる環境の整備に努めることが必要である。また、インターネット等による注文、予約等の実施、宅配サービス、持ち帰り販売等中食産業の展開による消費者の多様な要望に対応した営業を行うことにより新たな需要の開拓に努めるものとする。さらに、高級・高品質な商品の設定や地産地消の食材を使用した地域に特化した商品の開発、消費者の嗜好の変化に対応した味の工夫などにも留意すべきである。

今後、より良質なサービスの提供が期待されるとともに、ますます消費者の嗜好が多様化すると考えられることから、これに的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう業種業態に合った接客サービスの充実に努め、消費者の満足度を向上させることが重要である。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

また、施設を改善するに当たっては、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるように努めなければならない。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働きかけをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

また、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に、消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示、食品アレルギー患者を中心とした消費者の健康被害防止を目的とした表示を行うことが必要である。消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努めるとともに、料金についても総額表示とすることが必要である。

また、一般飲食店の営業者にあつては、財団法人全国生活衛生営業指導センター（以下「全国指導センター」という。）が定めるサービス、施設及び設備の表示の適正化に関する事項等を内容とする一般飲食店営業の標準営業約款に従って営業を行う旨の登録を行い、標識及び当該登録に係る約款の要旨を掲示するよう努めるものとする。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故に備え、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立

的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及び調製等の清潔の保持等に関する飲食店営業及び喫茶店営業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が、自店の特色に応じ作成する接客手引きの基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした飲食店営業及び喫茶店営業に関する啓発講座の実施、啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、危機管理に関するマニュアルの作成並びに賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報、飲食店営業及び喫茶店営業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化、新しいメニュー開発や従業員を対象とした技術講習会、技能コンテスト等の開催による技術水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実に関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にして、営業者に対する経営改善のための具体的な指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 全国指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供、危機管理に関するマニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、飲食店営業及び喫茶店営業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、情報提供その他必要な支援に努

めるものとする。

エ 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第三 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

営業者は、仕入れた食材を調理及び調製するため、食品残さが発生しやすいが、中小零細企業が大部分であるため、営業者が取り組む環境の保全や食品循環資源の再生利用が必ずしも十分でなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、飲食店営業及び喫茶店営業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促すなどの普及促進を行い、飲食店営業及び喫茶店営業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、飲食店営業及び喫茶店営業においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成23年度までに20パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生抑制及び減量を推進するものとする。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

飲食店営業及び喫茶店営業は、商店街や繁華街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であるといえる。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者等に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、飲食店営業及び喫茶店営業の施設が身体障害者補助犬法（平成14年法律第49号）において身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要で

ある。

組合及び連合会においては、例えば、高齢者等の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。

このほか、営業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努めるものとする。また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して理解のある地域環境の実現、受動喫煙の防止、優先的な席の確保等について、取り組むことが必要である。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 食育への対応

飲食店営業及び喫茶店営業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

四 禁煙等に関する対策

営業者は、顧客層、経営方針、店の規模等に配慮した上で、店内の分煙や喫煙時間の設定を含む禁煙等受動喫煙を防止するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。また、酒類を提供する営業者は、飲酒運転の防止に貢献するために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

五 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して飲食店営業及び喫茶店営業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援

助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎食鳥肉販売業の振興指針

〔平成20年1月31日〕
〔厚生労働省告示第22号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、食鳥肉販売業の振興指針（平成15年厚生労働省告示第15号）の全部を次のように改正し、平成20年4月1日から適用する。

食鳥肉販売業の振興指針

食鳥肉販売業の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の関係法令を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、家族経営の小売店が多く、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策が講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合（生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。）及び全国食鳥肉販売業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、食鳥肉販売業が抱えている諸課題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の食生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、食鳥肉販売業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、食生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、食鳥肉販売業の

役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 食鳥肉販売業を取り巻く環境

食鳥肉販売業は、主に地域の商店街における食鳥肉の小売専門店として、家庭の食卓に欠かせない食材を新鮮かつ身近に提供することにより、国民生活の向上に貢献してきた。

しかし、これまでの景気の低迷による先行不安感、スーパーマーケットの展開や低価格販売店の増加、国民の生活様式の変化による外食需要の増加等に伴い、食鳥肉販売業を取り巻く経営環境は、極めて厳しいものとなっている。

さらに、近年、鳥インフルエンザの国内での発生、産地や消費期限の偽装表示等によって、食の安全性や信頼性に対する国民の関心が大変高まっていることから、食鳥肉販売業においても、消費者に対して納得及び安心感を提供することが重要な経営課題となっている。

また、社会全体の高齢化の中で、営業者自身の高齢化による後継者問題が見られるとともに、高齢者層の顧客の増加への対応も求められている。

二 今後5年間（平成24年度末まで）における営業の振興の目標

食鳥肉販売業の多くは、店頭において生肉や焼鳥等の加工食品を販売しているため、微生物の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起こりやすい環境にある。これらの衛生上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

一方、食鳥肉は、国民の食卓に欠かせない食材であるが、処理後、熟成が終わるまでの時間が短いことが特徴であり、「朝びき」（食鳥を早朝にと殺してその日のうちに販売すること）という言葉に象徴されるように、他の生鮮食材と比較し、鮮度の管理を最大の特徴とする食材といえる。この点に着目すれば、他店よりも新鮮で良質な商品を提供するなど、専門店としての独自性を発揮することにより、小売で対面販売している食鳥肉販売業が、今後とも国民生活の向上に貢献する余地は大きい。

また、最近では、産地、種類、加工方法等商品の品質に対する消費者の依然として高い関心を受けて、正確かつ詳細な情報の提供を行うことが求められている。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、鮮度管理の徹底、顧客に対する情報提供等に積極的に

取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、食鳥肉に対する消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 食鳥肉販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

ア 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の関係法令を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用及び使用する器具の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が信頼し、安心できる商品を提供するために、店舗の衛生管理及び従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生の防止に努めることが重要である。

また、営業者は、衛生管理上の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理のために自店が講じている措置について、消費者に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、消費者に不快感を与えない配慮が必要である。

イ 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生管理への取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の改善に取り組むことが重要である。

特に、対面販売している食鳥肉小売店の多くは、焼鳥を加工食材の主力商品としており、商品の受渡し場の近くで調理して顧客に提供する営業形態を特徴としている。このため、商品の受渡し場は、食中毒の発生を防止する等の観点から、常に衛生上の注意を払うことが必要であり、これらに関する設備については、可能な限り三年から四年に一度は見直しを行うなど、定期的かつ積極的な改善に取り組むことが必要である。

また、食鳥肉は、鮮度の管理を徹底することが大変重要であるので、冷蔵設備、加工機器、容器等鮮度の管理に必要な設備の改善に取り組むことが必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質な食材を提供し、国民生活の食生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者の中には、明確な経営方針を持たずに経営を行っている者もあり、経営管理の合理化及び効率化が遅れ、消費者ニーズとの間にずれが生じているのが現状である。営業者は、自店の経営能力と市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、顧客層、資本力、経営能力、技術力等経営上の特質を十分把握した上で、どのような顧客層を対象に、どのような商品をどのようにして提供するかという経営方針を明確化することが重要である。

特に、小規模経営の店では、営業者や従業員が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、営業におけるサービスの比重が高いことを考慮し、従業員等の教育・研修を徹底して行い、常に消費者に対する丁寧なもてなしを心掛けるなど、サービスの充実及び維持向上に努め、消費者との信頼関係を高めるとともに、自店の付加価値を高めることが重要である。また、優秀な人材の獲得に努め、若手従業員の育成及び指導を図るとともに、若者に魅力のある職場づくりに努めることが必要である。

営業者は、消費者の食を通じた健康づくりなどの健康志向に対応するため、ヘルシーメニューの提供、総カロリー表示等への取組が求められるほか、食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示等に積極的に取り組み、消費者自らが安全で良質な商品を納得して選択できる環境の整備に努めることが必要である。また、インターネット等による注文、予約等の実施、宅配サ

ービス、持ち帰り販売等中食産業の展開による消費者の多様な要望に対応した営業を行うことにより新たな需要の開拓に努めるものとする。さらに、高級・高品質な商品の設定や地産地消の食材を使用した地域に特化した商品の開発、消費者の嗜好の変化に対応した味の工夫などにも留意すべきである。

今後、より良質なサービスの提供が期待されるとともに、ますます消費者の嗜好が多様化すると考えられることから、これに的確に対応し、消費者が安心して利用できるよう業種業態に合った接客サービスの充実に努め、消費者の満足度を向上させることが重要である。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が飲食物を提供する営業施設であることを十分認識し、安全で衛生的な施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、顧客層、経営方針、店の規模等に応じ、各店舗の特性を踏まえて清潔な雰囲気醸成、高齢者等に配慮したバリアフリー対策の実施や省エネルギー対応の冷凍・冷房設備等の導入など、合理的で効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努める必要がある。

エ 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、顧客との信頼関係に基づき顧客情報を適正に管理し、その情報を基に誕生日又は記念日に合わせて季節のメニューやサービス等について顧客へダイレクトメールを発送するなど、顧客への積極的な働き掛けをするとともに、パーソナルコンピュータを利用して業務の合理化及び効率化を図ることが重要である。

また、インターネット等の情報通信技術を効果的に活用し、ホームページの開設、割引サービスの実施、インターネット注文の活用、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。

また、消費者の利便を考慮して、クレジットカード、電子決済等の普及に努めることも必要である。

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成15年法律第57号）に規定される個人情報取扱事業者に該当するとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客データ等の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

オ 表示の適正化と苦情の適切な処理に関する事項

営業者は、消費者に納得と安心感を与えるため、自店の特質に応じ、分かりやすいメニュー等の表示に努めることが必要である。特に、消費者の食の安全への関心の高まりに対応するため、食材の原産地表示、食品アレルギー患者を中心とした消費者の健康被害防止を目的とした表示を行うことが必要である。消費者の健康志向に対しては、生活習慣病予防を中心とした健康づくりという観点から、厚生労働省及び農林水産省が平成17年6月に作成した食事バランスガイドの活用、総カロリー表示、塩分量表示等様々な情報の提供にも努めるとともに、料金についても総額表示とすることが必要である。

消費者からの苦情には、誠実に対応し、問題の早急かつ円満な解決に努めることが重要である。あらかじめ、問題発生時の対応マニュアルを作成し、従業員の危機管理教育を徹底するなど、日頃から様々な事故に備え、消費者の安全の確保を図るとともに、万が一、食中毒事故が生じた場合には、賠償責任保険等の活用により、消費者との信頼回復に努めるものとする。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げのような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

営業者に対して衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による普及啓発、商品の衛生的取扱い、施設及び設備、食材の調理及び調製等の清潔の保持等に関する食鳥肉販売業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な食材の調理及び調製を行うために必要な支援に努めるものとする。

イ 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言並びに情報提供に努めるものとする。

ウ 消費者の利益の増進に関する事項

営業者が、自店の特色に応じ作成する接客手引

きの基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした食鳥肉販売業に関する啓発講座の実施、啓発パンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、食品の安全・安心に係る危機管理マニュアルの作成及び賠償責任保険への加入促進が図られるよう努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び食鳥肉販売業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

基礎的な調理技術や接客に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化、新しいメニュー開発や従業員を対象とした技術講習会、技能コンテスト等の開催による技術水準の向上並びに消費者の要望に対応したメニューやサービスの情報提供に努めるものとする。

カ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

キ 取引関係の改善に関する事項

共同購入等取引面の共同化の推進、食品等関連業界の協力を得ながらの取引条件の合理的改善及び組合員等の経済的地位の向上に努めるものとする。

また、関連業界との連携を深め、情報の収集及び交換の機会の確保に努めるものとする。

ク 従業員の福祉の充実にに関する事項

従業員の労働条件の整備、作業環境の改善及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ及び成功事例等の経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

コ 食品関連情報の提供や行政施策の推進に関する事項

国内外における食に関する最新の情報や行政施策の動向の把握、行政機関との連携等を通じた組

合員等への適切な情報提供及び行政施策に基づく指導・支援に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センターにおいては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供、食品の安全・安心に係る危機管理マニュアルの作成、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、食鳥肉販売業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する指導監督、情報提供その他必要な支援に努めるものとする。

また、災害、事故等に際し、営業者が風評被害を受けることのないよう、適時、適切な対策を講じるものとする。

エ 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相談窓口の設置等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全及び食品循環資源の再生利用の推進

営業者は、仕入れた食材を調理及び調製するため、食品残さが発生しやすいが、中小零細企業が大部分であるため、営業者が取り組む環境の保全や食品循環資源の再生利用が必ずしも十分ではなく、組合等が積極的に支援する必要がある。また、これらの対策は、住民の生活環境に身近な問題であり、個々の営業者や組合だけではなく、地域の自治体及び自治会が関与しながら、消費者も含めて地域全体で取り組むことにより、効果的で効率的な取組が可能となる。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治

体等と連携しながら、食鳥肉販売業における食品循環資源を再生利用するための仕組みを構築するとともに、業種を超えた組合間で相互に協力し、組合員以外の営業者にも参加を促すなどの普及促進を行い、食鳥肉販売業における環境の保全や食品循環資源の再生利用に関する取組を推進するよう努めるものとする。

これらの取組を通じて、食鳥肉販売業においては、食品循環資源の再生利用等の実施率を平成24年度までに45パーセントに向上させるよう努め、食品循環資源の再生利用並びに食品残さの発生の抑制及び減量を推進するものとする。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

食鳥肉販売業は、商店街や繁華街にある店舗が多いため、地域に密着した業態であると言える。営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、出前サービス、高齢者や障害者に配慮した食材を使用したメニューや少量メニューの開発など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、食鳥肉販売業の施設が身体障害者補助犬法（平成14年法律第49号）において身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入店を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

組合及び連合会においては、例えば、高齢者や障害者の利便性を考慮した店舗の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。

このほか、営業者は、消費者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努めるものとする。また、高齢者、障害者、妊産婦等に対して理解のある地域環境の実現等について取り組むことが必要である。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

三 食育への対応

食鳥肉販売業は、国民の生活に大きく関わりを持つことから、健康づくりのための食育の推進に積極的に取り組むことが期待される。具体的には、食文化の継承のための食事マナー、調理方法の普及等を通じて地域における食生活の改善、食品の安全性に関する知識の普及等の支援に努めるものとする。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

四 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して食鳥肉販売業の店舗の存在、提供する商品やサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎興行場営業の振興指針

〔平成 21 年 2 月 23 日〕
厚生労働省告示第40号

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(昭和32年法律第164号)第56条の2第1項の規定に基づき、興行場営業の振興指針(平成16年厚生労働省告示第63号)の全部を次のように改正し、平成21年4月1日から適用する。

興行場営業の振興指針

興行場営業の営業者は、興行場法(昭和23年法律第137号)等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。

また、より良い娯楽を生み出す努力をすることにより、国民の文化的生活の充実に一層貢献していくことが求められる一方、個々の営業者による取組だけでは、十分な対策を講じられなかったり、成果を得るまでに時間を要したりする面がある。このため、生活衛生同業組合(生活衛生同業小組合を含む。以下「組合」という。)及び全国興行生活衛生同業組合連合会(以下「連合会」という。)が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター(以下「都道府県指導センター」という。)等が実施する経営相談による支援に加え、株式会社日本政策金融公庫(以下「日本政策金融公庫」という。)による融資等により、

各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、興行場営業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として、定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、興行場営業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、日常生活の質の向上を実感できる国民生活の実現、活力ある地域社会づくりへの貢献など、興行場営業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすことが期待される。

なお、現時点においては、興行場の多くを映画館が占めているため、今回の指針では特に映画館を例に記述することとする。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 興行場営業を取り巻く環境

興行場営業は、国民生活における身近な娯楽を提供するものとして、その地位を保ってきたところである。その施設数及び入場者数は、昭和30年代半ばのピーク時から平成7、8年頃にかけて、娯楽の多様化、テレビ、家庭用ビデオ、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送等の普及により、長期間減少傾向にあったが、近年、邦画を中心とした話題作の増加、郊外地域を中心とした複数のスクリーンを有する映画館(以下「シネマコンプレックス」という。)の増加等により、スクリーン数は、平成13年末の2,585スクリーンから平成19年末には3,221スクリーンと漸増傾向にある。

しかし、その実情をみると、シネマコンプレックスは短期間のうちに全スクリーン数の75パーセントを超える勢いで増加しているが、それによって競争の激化を招き、周辺地域の既存の単独スクリーンの映画館(以下「単独館」という。)の閉館が相次ぐなど大きな影響が生じている。

また、興行収入は、平成13年度から2千億円前後を推移しているが、スクリーン数の増加に伴い、1スクリーン当たりの年間興業収入は、平成13年度以降年々減少している。

一方、平成18年に邦画の興行収入が洋画の興行収入を21年ぶりに超えて邦画の頑張りが特筆されるが、の中にはテレビ番組と連携した話題作もあった。なお、

映画の入場者数は、映画作品の優劣に左右され、ヒット作品の有無により経営環境に影響するものであるので、邦画、洋画を問わずヒット作品の出現が期待される。

二 今後5年間（平成25年度末まで）における営業の振興の目標

興行場営業は、一時に不特定多数の利用者を密閉性の高い施設に長時間収容して行うという営業形態上の特殊性を有している。利用者の安全衛生を確保するために、適切な空調設備の整備保全、清掃の励行や洗面所等汚染されやすい区画の消毒等清潔で安全な環境の維持に努めることは、営業者の責務である。

また、興行場営業は、娯楽、文化の担い手として重要な役割を果たしているが、娯楽の多様化、家庭用DVD、パーソナルコンピュータ、家庭用ゲーム機、衛星放送、都市型ケーブルテレビ等が普及する中で、他の娯楽産業との競争における生き残りを図るため、シネマコンプレックス、単独館ともに、家庭では体験できない映画館ならではの大画面の迫力等の魅力をかき立て、また、飲食等附属的なサービスの提供を行うことにより、利用者が望む映画を快適な環境で鑑賞できるような魅力的な施設作りを進める必要がある。

特に、シネマコンプレックスとの競争にさらされている単独館については、利用者の要望を調査し、固定客を確保するなど、独自性を発揮し、魅力を増すことが必要である。

さらに、2011年のテレビのデジタル放送化及び映画制作、配給等の全工程デジタル化により、今後、配給映画のデジタル化が予想され、映画館においても、これらの対応が迫られることが予想される。

また、原材料価格の高騰や世界的な金融危機に伴う経済状況の変化が予想される中、顧客の安定した確保が図られるよう、利用者の要望に対応したサービスの取組が必要である。

各営業者は、これらの事項を十分に認識し、衛生水準の向上、経営改善等に積極的に取り組むことにより、自己経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とすべきである。

第2 興行場営業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

(1) 衛生水準の向上に関する事項

営業者は、シックハウス等室内の化学物質による健康への影響についての関心の高まりや新たな感染症の発生状況等に配慮しつつ、公衆衛生の見地から

の対策を講じることを要請されている。このため、自館の営業形態、施設及び設備等に応じた、快適な温度及び空気環境の確保、トイレ等の清掃の徹底、衛生教育の充実による従業員の資質の向上等衛生水準の維持向上のためのサービスの充実・強化を図り、利用者が清潔かつ衛生的な環境で快適に映画を楽しむよう衛生管理に努めるものとする。特に最近、新型インフルエンザの発生が危惧されていることから、営業者自らが、従業員に対し衛生管理に関する模範を示すとともに、従業員の健康管理に十分留意し、従業員に対する衛生教育及び監督指導に当たることが必要である。

さらに、営業者は、消防法(昭和23年法律第186号)等の関係法令を踏まえた非常口表示等の措置を講じ、従業員の安全教育の徹底を図るとともに、地域との連携を密にした防災・避難対策や上映前の入場者に対する適切な情報提供を行うことが必要である。

(2) 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、営業を通じて娯楽を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、次に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

ア 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者は、自店の経営能力や市場の状況を適切に把握し、それに適合した経営を実現するとともに、経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自館の立地条件、顧客層、利用者数、交通事情、他館との競合状況等を分析して、経営方針を明確化し、その方針に沿った利用者の増加のための努力を行うことが重要である。

車社会の現状において、駐車設備を完備するシネマコンプレックスとの間で広域的な競争を強いられている単独館は、極めて厳しい経営環境にあるため、家族客、中高年齢者の客、女性客、若者客等多様な顧客の要望に合った映画の選択、固定客を確保するための会員制の割引や商店街の飲食店と提携した割引制度を講ずるなど、地域の実情に応じた方策を検討することが必要である。

特に、地方都市の単独館では、営業者が変わることはほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経

営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

イ サービスの向上及び顧客の確保に関する事項

営業者は、関連書籍、デジタルビデオディスク及びビデオソフトの販売、喫茶、売店コーナーの充実等、他の付帯事業についても積極的に推進するとともに、インターネット等の情報通信技術を活用し、ホームページの開設、利用予約、異業種との提携等を行うなど、新たな顧客の確保に努めることが必要である。また、インターネットや地域のケーブルテレビを活用した広告等により顧客に対してサービス内容を積極的に宣伝するとともに、利用者のアンケート箱の設置、利用者の要望の調査等を行うことにより、利用者の要望にあった付加価値の提供に努めるものとする。

一方、映画の盗撮の防止に関する法律(平成19年法律第65号)(以下「映画盗撮防止法」という。)が施行され、映画館における録音・録画行為は著作権の侵害となり違法であることについて、利用者へ周知するものとする。

ウ 施設及び設備の改善に関する事項

利用者にとって、清潔で魅力的な施設となるよう、定期的な内外装の改装、快適な椅子の設置、映像・音響設備の改善等に努めるものとする。

映画産業のデジタル化の確立に伴い、デジタルシネマ上映設備、最近注目されている3D(立体映画)上映に必要な機材等のビジネス情報を迅速に把握し、検討することが必要である。

エ 従業者の資質の向上

従業員の企画、顧客管理、接客等の技術の向上、映写技師の確保等を図るため、組合等の研修会、講習会等も活用しつつ、その資質の向上を図るとともに、適切な労働条件や健康管理を図る必要がある。

二 営業者に対する支援に関する事項

(1) 組合及び連合会による営業者への支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、次に掲げのような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

ア 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項
営業者に対して衛生管理を徹底するための研修

会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等に関する指導助言に努めるものとする。

イ 施設及び設備並びにサービスの改善に関する事項

経営管理の合理化及び効率化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善に関する指導助言及び情報提供に努めるものとする。

また、高齢者等の利便性を考慮した施設の設計やサービスの提供等について研究を行い、その成果の普及に努めるものとする。

ウ 利用者の利益の増進に関する事項

利用者の要望の多様化に 대응するために必要な新技術の研究、催事の開催等利用者に対する映画館営業に関する啓発活動、共通利用ができる映画鑑賞券の発行の検討並びに利用者の動向や意識を把握するための市場調査及び映画制作会社、映画配給会社等関連業界に対する当該情報の提供に努めるとともに、国民に対して映画館における映画の魅力を宣伝することに努めるものとする。

エ 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報並びに業界の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供に努めるものとする。

また、映画盗撮防止法の施行により映画館における録音・録画行為は著作権の侵害となり禁止されたことに伴う利用者への周知方法等について営業者に情報提供するとともに、国民に対して映画盗撮防止法の趣旨の伝達に努めるものとする。

さらに、映画産業のデジタル化に伴うデジタルシネマへの移行について、情報提供等による支援に努めるものとする。

オ 営業者及び従業員の技能の改善向上に関する事項

営業者の特質に応じて作成する接客マニュアルの作成の指導助言に努めるものとする。

カ 配給会社等との良好な関係の構築に関する事項
単独館が、配給制度、割引制度等について、配給会社との間で良好な関係を築くために行う情報収集及び連絡調整の支援に努めるものとする。

キ 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導助言に努めるものとする。

ク 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件整備、作業環境の改善及び健康管理充実のための支援、医療保険(国民健康保険又は健康保険)、年金保険(国民年金又は厚生年金保険)及び労働保険(雇用保険及び労働者災害補償保険)の加入等に係る啓発、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度(退職金、生命保険等)の整備及び強化に努めるものとする。

さらに、男女共同参画社会の推進及び少子・高齢化社会への適切な対応に配慮した従業者の福祉の充実を努めるものとする。

ケ 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ、成功事例等の経営知識の情報提供に努めるものとする。

(2) 行政施策及び政策金融による営業者への支援並びに利用者の信頼の向上

ア 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のため経営指導員、経営特別相談員等による具体的指導、助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情や要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者及び未加入事業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

イ 財団法人全国生活衛生営業指導センター(昭和55年3月24日に財団法人全国環境衛生営業指導センターという名称で設立された法人をいう。)においては、アの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整備、営業者に対するこれらの情報提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

ウ 国、都道府県等においては、興行場営業の健全な振興を図る観点から、興行場法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、興行場に関する指導監督、情報提供その他の必要な支援に努めるものとする。

エ 日本政策金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施、災害時における相

談窓口の設置等必要な支援を行うとともに、生活衛生関係営業に係る経済金融事情等の把握、分析及び関係団体への情報提供に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境保全及び省エネルギーの強化

営業者は、営業活動に伴って生ずる廃棄物を少なくするよう努力するとともに、分別回収に協力し、地域の環境に悪影響を及ぼさないよう必要な措置を講じ、環境の保全に努めるものとする。

また、地球環境保護のため、店舗の改修、機器の購入及び更新に際しては、省エネルギー性能の高い機器の導入について配慮し、温室効果ガス排出の抑制に努めるものとする。

二 少子・高齢化社会等への対応

営業者は、高齢者や障害者が住み慣れた地域社会で安心して充実した日常生活を営むことができるよう、バリアフリー対策に積極的に取り組むとともに、車椅子用の鑑賞スペースの確保など、高齢化社会における幅広い取組が期待される。また、乳幼児を抱える父母にも、映画鑑賞の機会を設けるために託児施設との連携を検討するとともに、少子化の中で青少年が安心して映画を楽しめる環境作りや若い世代の映画ファンを育てる工夫を行う必要がある。

なお、営業者は、映画館の施設が身体障害者補助犬法(平成14年法律第49号)により身体障害者が同伴する身体障害者補助犬の入館を拒否できないことを十分認識し、対応することが必要である。

このほか、営業者は、利用者が高齢化することを考慮した従業員への教育及び研修に努め、また、高齢者、障害者、妊産婦等に優しい環境の実現、受動喫煙の防止等について取り組むことが必要である。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して映画館の存在、提供するサービスの内容をアピールする機会を設けるものとする。例えば、地域における街づくりへの積極的な参加や、地域における防犯活動への協力、地震等の大規模災害が発生した場合の地域住民への支援の展開など、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

また、営業活動を行う際には、青少年層に悪影響を及ぼさないなど風紀面にも十分に注意しなければならない。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援

助を行うことができる指導者の育成に積極的に取り組むとともに、営業者を支援することが期待される。

また、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎浴場業の振興指針

〔平成17年3月31日
厚生労働省告示第70号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、浴場業の振興指針（平成2年厚生省告示第164号）の全部を次のように改正し、平成17年4月1日から適用する。

浴場業の振興指針

浴場業の営業者は、公衆浴場法（昭和23年法律第139号）等を遵守しつつ、新たな衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。また、より高い利用者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められている。しかしながら、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに時間を要する面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国公衆浴場業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、浴場業が抱えている諸問題を克服し、利用者の要望の変化に的確に対応できる経営形態に移行できるよう、営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と利用者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、浴場業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、浴場業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 浴場業を取り巻く環境

浴場業は、高温多湿な我が国の気候風土の中で多くの人々に入浴の機会を提供し、地域の保健衛生水準の維持向上に大いに役立ってきたところであり、地域の触れ合いの場としても重要な役割を担うなど、我が国独特の生活文化を築いてきた。

しかし、一般公衆浴場（いわゆる「銭湯」）にあつては、住宅環境の改善による自家風呂の普及やヘルスセンター、健康ランド等郊外の大型レジャー浴場等の増加に加え、一般公衆浴場並みの料金で食事や休憩、娯楽施設も併せ持つ公衆浴場（以下「スーパー銭湯」という。）や第3セクター方式等による入浴施設の増加等により経営環境は極めて厳しい状況にある。

また、一般公衆浴場は、物価統制令（昭和21年勅令第118号）第4条の規定に基づき入浴料金が指定されていることもあり、公衆浴場の確保のための特別措置に関する法律（昭和56年法律第68号。以下「確保法」という。）第3条の規定に基づき、金融、税制上の優遇措置等の諸施策を実施しているが、利用者数の減少に伴う収益の減少、物価高による経営費用の高騰、高齢化による人手不足、施設及び設備の老朽化等による経営環境の悪化や、家族経営による過酷な長時間労働、相続税の負担増等による後継者の確保難により転廃業が進み、施設数が激減しているところである。

しかしながら、一般公衆浴場は、自家風呂を持たない人々に対して入浴の機会を提供するとともに、自家風呂保有者に対しても手軽に利用でき、ゆとりと安らぎを与えることなどから、衛生的で快適な生活を確保し、国民生活の充実に大きく貢献するものであり、今後ともその確保は社会的要請となっている。

二 今後5年間（平成21年度末まで）における営業の振興の目標

第1に、浴場業は、不特定多数の者を入浴させるという公益性の高い営業であり、衛生上の問題に対して、特に注意が必要な業態である。衛生上の危険を防止し、利用者に対して安全で良質なサービスを提供することは営業者の責務である。

第2に、競争が激化する中で、一般公衆浴場は、立地条件等を活かしたレジャー機能や地域の密着度を高め、経営の安定化を図るために、経営方針を明確化するとともに、自家風呂所有者にも積極的に利用してもらえよう利用者の立場に立った付加価値を創出するためのサービスの見直しを行い、経営の効率化に努める必要がある。

第3に、一般公衆浴場は、地域住民の日常生活において欠くことのできない施設であるとともに、地域住

民の健康の増進、住民相互の交流の促進等住民の福祉の向上に関し重要な役割を担っており、営業者は、国及び地方公共団体による住民の福祉のための施策に協力するよう努めなければならない。

第4に、自家風呂保有率の上昇により、一般公衆浴場について無関心の層が増えているところであり、未利用者に対して、インターネットのホームページ等により、一般公衆浴場の良さを積極的に情報提供し、創意工夫した広告や宣伝を行い、利用者の拡大に努めることが必要である。

各営業者は、衛生水準の向上、付加価値を創出するための経営改善、住民の福祉の向上、利用者への情報提供等に積極的に取り組むことにより、一般公衆浴場としての独自性を発揮し、自己の経営能力に適合した経営規模又は営業形態を実現することを目標とする。

第2 浴場業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上等に関する事項

営業者は、感染症等の発生状況等に配慮しつつ、より清潔で快適な浴場の整備を図ることが必要である。特に、入浴設備の衛生管理については、レジオネラ症等の発生を防止するために、自主管理手引書及び点検表を作成し、営業者又は従業者の中から日常の衛生管理に係る責任者を定める等の自主管理対策の充実を図ることが必要である。また、換気、防湿、衛生害虫等の駆除、脱衣室及びトイレ等の清掃、足拭きマットその他設備についても衛生の保持を図り、利用者が衛生的な環境で快適な入浴が行えるよう衛生管理に努めることも必要である。

また、感染症の予防のために従業者の健康管理に十分留意し、従業者に対する正確な衛生教育の徹底及び危機管理体制を整備することが必要である。

2 経営課題への対処に関する事項

経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、利用者に対して入浴の場を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮

一般公衆浴場においては、一般に、明確な企業的经营方針が確立されないまま、現状維持的経営が行われ、収益の向上や経営の近代化が遅れているのが実状である。したがって、営業者は、利用者の数、客層等の動向、利用者の要望の多様化等現在置かれている社会的又は経済的諸条件及びそ

の見通しを十分に考慮することはもとより、自己の経済力を十分参酌し、自店がどのような客層を対象にどのようなサービスを重点的に提供するのかがという経営方針を明確化することが重要である。

(2) サービスの見直し及びメニューの開発

一般公衆浴場の数は激減しているが、一方ではスーパー銭湯等が増えているように、国民の風呂好きに変わりはなく、風呂への要求は根強いものがある。これを念頭に、利用者が満足できるよう、付加価値を創出するためのサービスの見直しに努めることが必要である。例えば、敬老の日、母の日、子供の日等の無料優待制度、菖蒲湯、柚子湯、ハーブ湯、薬湯等のサービス、冷水や麦茶の無料サービス、優待制度付きのプリペイドカード、回数券、家族券の発行、個人のプライバシー保護を考慮した番台のロビー化、ビール、ジュース等多様な飲み物等の提供、BGMの放送等自由な発想で新たなサービスの開発が期待される。

また、営業者は、自ら進んで健康入浴法の効果的な方法等知識向上の自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、地域住民の健康の増進を図るために、高血圧、糖尿病等生活習慣病患者に対する入浴指導、広い浴槽を活用した生活習慣病予防活動のための水中運動の推進、専門家による健康講座や相談の実施等に努めることが期待される。

(3) 施設及び設備の改善

一般公衆浴場においては、平成9年よりデイセントリー事業（「福祉入浴援助事業（デイセントリー事業）を行う公衆浴場の施設・設備及び運営基準について」（平成9年7月22日付け衛指第139号厚生省生活衛生局長通知））を実施するに当たり、健康福祉の施設及び設備の整備に努めてきたところであるが、平成16年確保法の一部改正（平成16年法律第32号）により、公衆浴場を活用した健康の増進、地域住民の交流の促進が追加されたことに伴い、更なる健康増進等の取組を推進することが必要である。例えば、エアロビクススタジオ、アスレチックルーム、健康情報誌等の図書コーナー等健康の維持又は増進の場や休憩室、談話室、趣味の教室等地域のふれあいと文化活動の場を設け、また、CATV等による情報の提供や、コインランドリー、軽食コーナー、健康機器の設置を行う等利用者の利便に配慮した施設及び設備の多様化を推進するとともに、コミュニティーセンタ

一、 デイサービスセンター等の機能を有する公共的施設との複合化を推進する等地域の特性、利用者の要望に沿った施設及び設備の近代化を図ることが期待される。

また、一般公衆浴場においては、事業継続の不透明、後継者問題等で設備投資を実施する意思決定に迷っている営業者も少なくはないが、経営方針を明確化した上で、利用者の利便及び快適性を確保し、それにより、自家風呂保有者等の利用の増加を図るため、老朽化の目立つ施設については建て替え、改築等を行うよう努めることも必要である。さらに、気泡風呂やジェット風呂、露天風呂、大型浴槽、サウナ等を備えた浴室、マッサージ設備等家庭にはないリラクゼーション設備を整備するとともに、脱衣室の冷暖房化やハンガー付きロッカーの設置の推進、店内の分煙や禁煙等受動喫煙の防止のための対策、シャワーの配置にも十分配慮するなど、ゆとりある質の高い空間づくりに努めることが期待される。

(4) 情報通信技術を活用した新規顧客の獲得や顧客の確保

我が国の情報通信技術は近年飛躍的に進展し、コンピュータの単体利用からオンライン情報ネットワークを形成する段階に入っているが、一般公衆浴場においては、導入が必ずしも十分とは言えない状況にある。また、一般公衆浴場では広告や宣伝は不要と考えている営業者も少なくはないが、自家風呂保有率の上昇に伴い、一般公衆浴場の入浴料金、浴槽の種類等を知らない住民も少なくはない。したがって、営業者は、インターネットによるホームページの開設によって地域に密着した公衆浴場特有の癒し(リラクゼーション)、開放感のある空間、安全性等一般公衆浴場の良さを未利用者積極的に訴えることにより、新たな利用者の拡大を図ることが必要である。

また、顧客管理を行い、定期的にイベント案内のメールを発信するなど、情報通信技術を新しい広告媒体として活用することも必要である。

(5) 表示の適正化等利用者への情報提供及び苦情の適切な処理

営業者は、営業時間、休業日、施設及び設備等の提供するサービス内容及び料金について利用者の見やすい場所に明確に表示し、利用者の選択の利便を図るとともに、利用者に対し入浴効果、正しい入浴マナー等の浴場に関する情報の提供に努

めるものとする。

また、営業者は、利用者からの意見及び苦情に対して適切に対応することが、利用者の信頼の確保や利用者の要望の動向の把握に資することからも、一般公衆浴場に係る利用者の意見及び苦情に対しては、誠意をもって対応し、問題の早急かつ円滑な解決に努めることが必要である。

(6) 人材育成及び自己啓発の推進

営業者は、一般公衆浴場業の新たな発展を期するため、従業者の資質の向上に関する情報を収集することや銭湯の持つ医学的効用に関する知識を習得することなど、進んで自己研さんに努め、職場内指導を充実するとともに、都道府県指導センターや組合等の実施する研修会、講習会等あらゆる機会を活用して従業者の資質の向上を図り、その能力を効果的に発揮できるよう努めることが必要である。さらに、従業者に意欲及び働きがいを持たせるよう、適正な労働条件の確保に努めることも必要である。

(7) 経営診断の活用

家族経営の店では経営者や従業者が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、このような営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(1) 衛生水準の向上のための技術、知識及び意識の向上に関する事項

衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、営業者及び従業者の衛生管理の手引の作成等による普及啓発、衛生管理体制の整備充実

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の近代化、利用者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進

(3) 利用者の利益の増進及び役務の提供方法に関する事項

サービスの適正表示や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成、利用者の意見等に関する情報の収集及び提供、銭湯マップによる組合員の店舗紹介、銭湯の温熱効果を利用した健康づくりのための正しい知識の啓発普及

(4) 経営管理の近代化及び合理化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の近代化に必要な情報、立地条件等経営環境に関する情報及び一般公衆浴場業の将来の展望に関するデータの収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報提供

(5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項

銭湯の持つ医学的効用や健康入浴法に関する知識、基礎的な接客等に関する研修会及び講習会の開催

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導

(7) 取引関係の改善に関する事項

機器業界等の関連業界との連携の強化及び共同購入等取引面の共同化の推進

(8) 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備や健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（生命保険等）の整備及び強化

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関するケーススタディ等の経営知識の情報提供の促進

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援、利用者の信頼性の向上

(1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にし、営業者に対する経営改善のための具体的指導及び助言等の支援を行うとともに、利用者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、利用者の信頼性の向上に積極的に取り組むものとする。また、保健所をはじめとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者等に対する組合加入促進策を講じるものとする。

(2) 全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、利用者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つデータの収集や整備、営業者への当該情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積

極的に取り組むものとする。

(3) 国、都道府県等においては、営業の健全な振興を図る観点から、公衆浴場法等関係法令の施行業務等を通じ、営業者に対し、公衆浴場業に関する監督指導、情報の提供その他支援措置に努めるものとする。

(4) 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者等が利用しやすい生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全の推進

営業者は、営業活動に伴う水質汚濁、大気汚染等が地域の環境に悪影響を及ぼさないよう、適正な処理のため、公害防止関係法令等を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等の必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、組合及び連合会においては、これらの環境保全についての知識の啓発に努めるものとする。

二 少子高齢社会への対応

営業者は、足腰の弱い高齢者や障害者が安全かつ容易に入浴が行えるよう、玄関から浴槽まで施設内の段差の解消のためのスロープの設置、浴槽やトイレ等への手すりの設置、蛇口等の改良、滑りにくい床への改良等のバリアフリー化、入浴に便利なシャワー用椅子等の福祉用具の整備、高齢者割引等を講じるといった、高齢社会における幅広い取組が期待される。

また、営業者は、行政等との連携のもとに、デイサービス事業に参加するなど、地域住民の福祉の向上に貢献するよう努めるものとする。

このため、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、デイサービス事業の推進に積極的に取り組むとともに、高齢者等の利便性を考慮した施設の設計やサービスの提供等について研究を行うことにより、営業者の取組を支援することが重要である。

国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して生活衛生貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

また、営業者は、少子化の中で子供たちに入浴の楽しさを知ってもらうために、例えば、地域の実状に応じた朝湯会の実施、未就学児童に対する親子ふれあい入浴や小学生の低学年児童等に対する体験入浴の実施等により、若い世代の公衆浴場ファンを育てる工夫が期待される。

さらに、一般公衆浴場は子育て経験豊かな高齢者の

利用が多いことにより、乳幼児を持つ母親等を対象とした子育て相談の実施等必要な取組に努めることも期待される。

三 地域との共生

一般公衆浴場は、比較的地域の中心にあり、かつ、適当な広さの敷地を有しているため、ただ入浴するだけの施設ではなく、地域住民相互の対話の場であり、また文化活動の場として期待される役割が大きい。このため、営業者は、例えば、浴場施設内に集会場や休憩室を設けて開放的なコミュニティの場を提供したり、営業時間外に脱衣室、ロビー等を集会その他の行事に提供したりするほか、広い脱衣場を利用したミニコンサート、寄席等の娯楽活動の場、囲碁・将棋大会等異世代間交流の場、ミニ画廊等としての活用等地域住民との緊密化を図り、地域におけるまちづくりに積極的に参加するとともに、様々な地域社会活動の一翼を担うなど、地域と共生していくことが期待される。

このため、組合及び連合会においても、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助できる地域指導者の育成に積極的に取り組み、営業者を支援することが期待される。

また、組合及び連合会においては、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。

◎氷雪販売業の振興指針

〔平成18年2月7日〕
〔厚生労働省告示第19号〕

生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律（昭和32年法律第164号）第56条の2第1項の規定に基づき、氷雪販売業の振興指針（平成3年厚生省告示第141号）の全部を次のように改正し、平成18年4月1日から適用する。

氷雪販売業の振興指針

氷雪販売業の営業者は、食品衛生法（昭和22年法律第233号）等の衛生規制を遵守しつつ、衛生上の課題に対応するなど、常に衛生水準の向上を図らなければならない。また、より高い消費者の利便への対応等の経営上の課題への取組が求められる一方、個人経営が多いため、個々の営業者による取組だけでは、必ずしも十分な対策を講じることができず、十分な成果を得るまでに相当な時間を要する

面がある。このため、生活衛生同業組合（以下「組合」という。）及び全国氷雪販売業生活衛生同業組合連合会（以下「連合会」という。）が実施する共同事業や研修事業、都道府県生活衛生営業指導センター（以下「都道府県指導センター」という。）等が実施する経営相談による支援に加え、国民生活金融公庫による融資等により、各営業者の自主的な取組を支援し、もって公衆衛生の向上の計画的な推進を図ることが必要である。

本指針は、現在、氷雪販売業が抱えている諸問題を克服し、専門店としての独自性を発揮できるよう営業の振興を計画的に図り、もって公衆衛生の向上と消費者の利益の擁護に資することを目的として定めるものである。営業者及び組合においては、本指針を踏まえ、行政等と連携を図りつつ、経営の改善等に積極的に取り組み、国民生活の向上に貢献することが期待される。

また、本指針は、氷雪販売業が活力ある発展を遂げるための方策について取りまとめたものであり、本指針の積極的な活用により、真の豊かさを実感できる国民生活の実現、地域社会づくりへの貢献など、氷雪販売業の役割を増大させ、新たな発展の可能性をもたらすものである。

第1 営業の振興の目標に関する事項

一 氷雪販売業を取り巻く環境

氷雪販売業は、国民生活の向上に伴う氷への需要の高まりとともに、国民の食生活の充実と日本の食文化に大きく貢献してきたところであるが、現在は、氷そのものに対する需要は高い一方で、家庭用電気冷蔵庫及び飲食店等における小型業務用製氷器の普及、スーパーマーケット、コンビニエンスストア等における氷の販売量の増加等により、氷雪販売業の取り扱う氷の需要は減少傾向が続いている。

また、これまでの景気の低迷に伴う販売先の廃業等による売上げの減少、営業者の高齢化による後継者問題、施設設備の老朽化、諸経費の上昇等氷雪販売業を取り巻く現状は極めて厳しいものとなっている。

しかし、一方においては、氷雪販売業で取り扱ういわゆる純氷は、良質な氷として高い評価を受けていることから、丸氷、ダイヤアイス等様々な形態の純氷商品を提供することによって、今後も需要の拡大が見込まれる。

二 今後5年間（平成22年度末まで）における営業の振興の目標

第1に、氷雪販売業は、純氷を処理及び加工して販売する営業であり、処理、加工及び流通の過程で細菌等の汚染を受けやすく、食中毒等食品衛生上の問題が起りやすい環境にある。したがって、これらの衛生

上の危険を防止し、消費者に対して安全で良質な商品を提供することは営業者の責務である。

第2に、営業者は、営業の振興のために多様化する消費者の要望を的確に把握することが必要であり、顧客購買履歴等を活用し、顧客サービスの充実を図るための顧客情報のデータベース化や注文方法の電子化等をより一層推進し、業務の効率化に努めることが必要である。

第3に、営業者は、多様化する消費者の要望に迅速に応えるために、用途に応じた大きさや形状の氷を提供することを目的として、積極的に新商品の開発を行うことが必要である。

また、純水に対する認知度を高めることを目的として、純水の上手な利用方法等を紹介するなど、広告及び宣伝を強化することも必要である。さらに、営業者数の減少により、以前と比較して純水が購入することが困難となっている現状を踏まえ、「身近で気軽に良質な氷が購入できる氷雪販売店」のイメージを広めるために、地域住民等とのコミュニケーションを高めることにより、純水及び氷雪販売店の存在を積極的に宣伝することも営業者に求められる視点である。

営業者は、これらを十分に認識し、衛生水準の向上、顧客に対する情報提供、商品の安定的な供給等に積極的に取り組むことにより、専門店としての独自性を発揮し、消費者の理解及び信頼の向上を図ることを目標とする。

第2 氷雪販売業の振興の目標を達成するために必要な事項

一 営業者が取り組むべき事項

1 衛生水準の向上に関する事項

(1) 日常の衛生管理に関する事項

営業者は、食品衛生法等の衛生規制を遵守することは当然であり、加えて、衛生水準の一層の向上を図るため、食品衛生に関する専門的な知識を深めるとともに、食品衛生責任者の活用及び使用する機材の衛生管理の改善に取り組むことが必要である。

さらに、営業者は、消費者が納得し、安心して購入できる商品を提供するために、店舗及び従業員の着衣等を清潔に保ち、従業員の健康管理を行うとともに、商品の衛生的取扱いに留意し、食中毒等食品衛生上の問題の発生を防止することが必要である。

また、営業者は、衛生管理状況の自主点検を行い、その結果を店内に表示するなど、衛生管理の

ために自店が講じている措置を顧客に対し積極的に周知することが必要である。特に、従業員の清潔な着衣の使用、手洗いの励行、店舗の清掃等により、顧客に不快感を感じさせない配慮が必要である。

(2) 衛生面における施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、日常の衛生的管理の取組に加えて、定期的かつ適切に自店の施設及び設備の衛生面の改善に取り組むとともに、衛生的に純水を処理及び加工し、消費者に提供するために必要な設備の整備を図ることが必要である。

2 経営課題への対処に関する事項

個別の経営課題への対処については、営業者の自立的な取組が前提であるが、多様な消費者の要望に対応する良質な純水を提供し、国民生活の向上に貢献する観点から、営業者においては、以下に掲げる事項を念頭に置き、経営の改善に積極的に取り組むことが期待される。

(1) 経営方針の明確化及び独自性の発揮に関する事項

営業者の中には、明確な経営方針が確立されなまま現状維持的な経営を行っている者もあり、経営の合理化及び効率化が遅れているのが現状である。現在置かれている経営環境を十分に考慮し、自店の経営能力に適合した経営規模を実現するとともに、財務内容の改善及び経営管理の合理化及び効率化を図ることが必要である。

また、営業者は、自店の立地条件、客層、経営規模等自店の経営上の特質を十分把握した上で、自店がどのような客層を対象に、どのような商品を重点的に提供するののかという経営方針を明確化することが重要である。

(2) サービスの見直し及び向上に関する事項

営業者は、グルメブームを端緒とする本物志向等により、純水への評価が高まっていることから十分に純水の需要の開拓をすることができる。営業者は、多様化する要望に応えるための商品の品揃え、価格の改善、消費者への注文配達、個性的なサービスと情報の提供など、新たなサービスの開発及び展開を行い、経営の合理化等に取り組むことによって、顧客満足度を向上させるなどの方策を用いて需要の増加を図ることが重要である。

(3) 施設及び設備の改善に関する事項

営業者は、自店が食品としての純水を販売する

営業施設であることを十分に認識し、清潔で好ましい施設となるよう、定期的な内外装の改装に努めるとともに、施設、冷凍設備等の衛生面の改善に努める必要がある。

また、営業者は、顧客の増加、作業能率の向上、消費者の安全衛生及び従業者の労働安全衛生の確保のため、施設、冷凍設備等の適正かつ適切な整備を図るとともに、消費者の要望の充足、省エネルギーの推進等、合理的かつ効率的な経営のために必要な施設及び設備の改善に努めることが重要である。

(4) 情報通信技術を利用した新規顧客の獲得及び顧客の確保に関する事項

営業者は、パーソナルコンピュータを使用した顧客管理情報のデータベース化、営業店舗が少ないことから遠方の消費者からも利用しやすいようホームページ上に店舗を開設するなど情報通信技術の効果的な活用を進めることが望まれる。

(5) 経営診断の活用に関する事項

特に、小規模経営の店では経営者や従業者が変わることがほとんどないため、経営手法が固定的になりやすく、新たな経営課題が発生した場合に、経営の改善に取り組むことが難しい面がある。このため、営業者は、都道府県指導センター等の経営指導機関による経営診断を積極的に活用することが望まれる。

(6) 個人情報の管理に関する事項

営業者は、必ずしも個人情報の保護に関する法律（平成十五年法律第五十七号）に規定される個人情報を取り扱う事業者となるとは限らないが、同法の趣旨を踏まえ、顧客情報の管理に当たっては、適正に対応することが必要である。

二 営業者に対する支援に関する事項

1 組合及び連合会による営業者の支援

組合及び連合会においては、営業者における自立的な経営改善の取組を支援するため、都道府県指導センター等の関係機関との連携を密にし、以下に掲げるような事項についての取組を行うよう努めるものとする。

(1) 衛生に関する知識及び意識の向上に関する事項

衛生管理を徹底するための研修会及び講習会の開催、衛生管理に関するパンフレットの作成等による営業者に対する普及啓発、商品の衛生的取扱、施設、設備、氷の加工機器等の清潔の保持並びに流通過程における衛生管理に関する冰雪販売

業の衛生基準の設定など、食品衛生上の安全を確保し、かつ良質な商品の製造及び販売を行うために必要な支援及びポスター等による消費者に対する広報の推進に努めるものとする。

(2) 施設及び設備の改善に関する事項

衛生水準の向上、経営管理の合理化及び効率化、消費者の利益の増進等に対応するための施設及び設備の改善の推進に努めるものとする。

なお、この際には、地震等の大規模災害が発生した場合を見据えた支援を行うよう努めるものとする。

(3) 消費者の利益の増進及び商品の提供方法に関する事項

営業者が自店の特質に応じた接客の基本となるマニュアルの作成、消費者を対象とした純氷に関するパンフレットの作成、苦情相談窓口の開設や苦情処理の対応に関するマニュアルの作成に努めるものとする。

(4) 経営管理の合理化及び効率化に関する事項

先駆的な経営事例等経営管理の合理化及び効率化に必要な情報、地域的な経営環境条件に関する情報及び冰雪販売業の将来の展望に関する情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供に努めるものとする。

(5) 営業者及び従業者の技能の改善向上に関する事項

基礎的な技術に関する研修会及び講習会の定期的開催等教育研修制度の充実強化に努めるものとする。

(6) 事業の共同化及び協業化に関する事項

事業の共同化及び協業化の企画立案並びに実施に係る指導に努めるものとする。

(7) 取引関係の改善に関する事項

純氷を取り扱う際に使用する専用器具についての連合会による受注生産制度の維持、冷凍庫及び氷を形成する機器である「アイスモールド」について、製造業者との提携による営業者への安価での提供に努めるものとする。

(8) 従業者の福祉の充実に関する事項

従業者の労働条件の整備及び健康管理の充実のための支援、組合員等の大多数の利用に資する福利厚生の実施並びに共済制度（退職金、生命保険等）の整備及び強化に努めるものとする。

(9) 事業の承継及び後継者支援に関する事項

事業の円滑な承継に関する成功事例等を含めた

経営知識の情報提供の促進に努めるものとする。

2 行政施策及び政策金融による営業者の支援及び消費者の信頼の向上

(1) 都道府県指導センターにおいては、組合との連携を密にして、営業者に対する経営改善のための具体的指導、助言等の支援を行うとともに、消費者からの苦情及び要望を組合を通じて個々の営業者に伝え、その営業に反映させるなど、消費者の信頼の向上に積極的に取り組むものとする。

また、保健所を始めとする都道府県生活衛生営業関係部局と連携を図り、新規開業者に対する組合加入促進策を講じるものとする。

(2) 財団法人全国生活衛生営業指導センターにおいては、これらの都道府県指導センターの取組を推進するため、消費者の意見も反映した営業者の経営改善の取組に役立つ情報の収集及び整理並びに営業者に対するこれらの情報の提供、苦情処理マニュアルの作成等に積極的に取り組むものとする。

(3) 国、都道府県等においては、冰雪販売業に対する消費者の信頼の向上及び営業の健全な振興を図る観点から、食品衛生法等関係法令の施行業務を通じ、営業者に対し、食品衛生に関する監督指導、情報提供等必要な支援に努めるものとする。

(4) 国民生活金融公庫においては、施設及び設備の改善等について、営業者が利用しやすい生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

第3 営業の振興に際し配慮すべき事項

一 環境の保全の推進

営業者は、営業活動に伴い排出される汚水等が地球の環境に悪影響を及ぼさないよう適正な処理を実施するため、公害防止に関する法令を十分理解し、遵守するとともに、設備の改善等必要な措置を講じ、環境の保全に積極的に努めるものとする。

また、国民生活金融公庫においては、これら営業者の取組に対して、生活衛生資金貸付による融資の実施等必要な支援に努めるものとする。

二 少子高齢社会への対応

営業者は、少子化が進み消費者が高齢化することを考慮した従業者への教育及び研修の実施に努めるものとする。

三 地域との共生

営業者は、地域社会における行事等に積極的に参加し、地域住民に対して純水の良さをアピールできる機会を設けるものとする。例えば、地域の祭りなどの街

づくりに積極的に参加するとともに、地域ぐるみの防犯活動の推進に対する協力、地震等の大規模災害が発生した場合において純水を災害支援物資として提供するなど、様々な地域社会活動の一翼を担い、地域と共生していくことが期待される。

また、組合及び連合会においては、地域の自治体等と連携しながら、社会活動を企画し、指導又は援助できる指導者の育成に積極的に取り組むなど営業者を支援することや、業種を超えて相互に協力を推進し、地域における特色のある取組を支援することが期待される。